

**IMPLEMENTASI *TOTAL QUALITY MANAGEMENT* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PERUMAHAN
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(STUDI KASUS PERUM PANTURA REGENCY KALIWUNGU)**

SKRIPSI

Di ajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 dalam Ekonomi Islam



Oleh :
NURUL IMAN
132411175

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2018

Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.

Perum Pandana Merdeka H/2 Ngaliyan Semarang

H. Maltuf Fitri, SE., M.Si.

Perum Permata Puri Blok F IX/2 Ngaliyan Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Sdr. Nurul Iman

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya memberikan bimbingan dan koreksi seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Nurul Iman

Nim : 132411175

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : Implementasi *Total Quality Management* dalam
Meningkatkan Penjualan Perumahan Perspektif
Ekonomi Islam (Studi Kasus Perum Pantura Regency
Kaliwungu)

Dengan ini kami mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.

NIP. 19700410 199503 1 001

Semarang, ~~13~~ Juli 2018

Pembimbing II

H. Maltuf Fitri, SE., M.Si.

NIP. 19741016 200312 1 003



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Prof. Dr. Hamka Km.2 Ngaliyan Kampus III Telp/Fax : 024-7601291
Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Nurul Iman
NIM : 132411175
Judul : Implementasi *Total Quality Management* dalam Meningkatkan
Penjualan Perumahan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus
Perum Pantura Regency Kaliwungu)

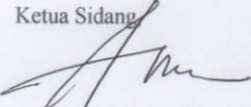
Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan
predikat cumlaude / baik / cukup, pada tanggal :

24 Juli 2018

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I (SI)
tahun akademik 2017/2018.

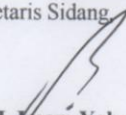
Ketua Sidang

Semarang, 24 Juli 2018
Sekretaris Sidang


H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.

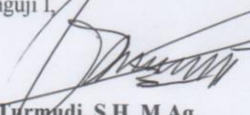
NIP. 19670119 199803 1 002

Penguji I,


Dr. H. Inam Yahya, M.Ag.

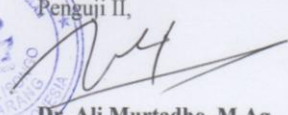
NIP. 19700410 199503 1 001

Penguji II,


A. Turmudi, S.H. M.Ag.

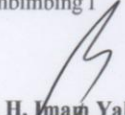
NIP. 19690708 200501 1 004

Pembimbing I


Dr. Ali Murtadho, M.Ag.

NIP. 19710830 199803 1 003

Pembimbing II


Dr. H. Inam Yahya, M.Ag.

NIP. 19700410 199503 1 001


H. Maltuf Fitri, SE., M.Si.

NIP. 19741016 200312 1 003

MOTTO

اَلْحَقُّ بِلَا نِظَامٍ يَغْلِبُهُ الْبَاطِلُ بِالنِّظَامِ

“Kebenaran yang tidak diorganisir dapat dikalahkan oleh kebatilan yang diorganisir.” (Ali bin Abi Thalib).

PERSEMBAHAN

Dalam perjuangan mengarungi samudra Ilahi tanpa batas, dengan
keringat
dan air mata kupersembahkan karya tulis skripsi ini teruntuk orang-
orang
yang selalu hadir dan berharap keindahan-Nya. Kupersembahkan bagi
mereka yang tetap setia berada di ruang dan waktu kehidupan
khususnya buat:

Almameterku tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Ayahandaku tercinta Bpk Pujiono, Ibundaku Suzana, yang
memberikan dorongan dan semangat serta do'a suci dengan setulus
hati. Semoga Allah SWT selalu memberikan Rahman dan Rahim Nya,
Amiin...

DEKLARASI

Penulis menyatakan dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 13 Juli 2018

Deklarator



NURUL IMAN
NIM. 132411175

TRANSLITERASI

Adalah suatu upaya penyalinan huruf abjad suatu bahasa ke dalam huruf abjad bahasa lain. Tujuan utama transliterasi adalah untuk menampilkan kata-kata asal yang seringkali tersembunyi oleh metode pelafalan bunyi atau tajwid dalam bahasa Arab. Selain itu, transliterasi juga memberikan pedoman kepada para pembaca agar terhindar dari “salah lafaz” yang bias menyebabkan kesalahan dalam memahami makna asli kata-kata tertentu.

Dalam bahasa Arab, “salah makna” akibat “salah lafaz” gampang terjadi karena semua hurufnya dapat dipandankan dengan huruf latin. Karenanya, kita memang terpaksa menggunakan “konsep rangkap” (ts, kh, dz, sy, sh, dh, th, zh, dan gh). Kesulitan ini masih ditambah lagi dengan proses pelafalan huruf-huruf itu, yang memang banyak berbeda dan adanya huruf-huruf yang harus dibaca secara panjang (mad). Jadi transliterasi yang digunakan adalah:

ء = `	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = <u>h</u>	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h

ﺩ = d	ﻉ = ‘	ﻱ = y
ﺫ = dz	ﻎ = gh	
ﺭ = r	ﻑ = f	

ABSTRAK

Daerah Kaliwungu yang berada di Kabupaten Kendal merupakan daerah padat penduduk dan daerah kawasan industri memberikan peluang yang sangat besar untuk mengembangkan perumahan FLPP, sehingga menjadikan developer-developer perumahan untuk berlomba-lomba dalam menarik minat beli konsumen perumahan. Persaingan diantara developer menjadikan developer melakukan berbagai strategi agar perusahaannya tetap survive. Perum Pantura Regency Kaliwungu sebagai salah satu developer perumahan yang mengembangkan perumahan Kaliwungu mengedepankan pengelolaan yang profesional dengan menerapkan TQM dengan mengedepankan sistem manajemen yang prima, sistem pelayanan yang baik dan mengedepankan kepuasan konsumen.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan perspektif ekonomi islam pada Perum Pantura Regency Kaliwungu? 2) Bagaimana faktor pendukung dan penghambat implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan pendekatan kualitatif, dengan sumber data dari manajer Perum Pantura Regency Kaliwungu, karyawan dan pelanggan. Data di peroleh dengan menggunakan teknik interview dan dokumentasi. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis data dengan metode analisis deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan: 1) Implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu dilakukan pola kepemimpinan yang demokratis, perbaikan secara terus menerus dalam segi pelayanan dan produk, menentukan standar mutu yang berkualitas baik dalam segi pelayanan maupun mutu bangunan dan fasilitas perumahan, perubahan kultur yang sesuai dengan perkembangan keinginan konsumen, perubahan organisasi yang disesuaikan dengan penguasaan staf terhadap kebutuhan perusahaan dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan dengan pelayanan yang maksimal dan kualitas produk perumahan yang bermutu. 2) Faktor yang mendukung dalam implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency

Kaliwungu terkait dengan adanya kerja sama dari jajaran organisasi secara terpadu, adanya kesiapan pihak perusahaan dalam merespon setiap perubahan dan keinginan pelanggan, pimpinan yang demokratis, kinerja staf dan karyawan yang dihargai baik dengan sikap dan finansial dan setiap staf dan karyawan melayani pelanggan dengan baik, sedangkan faktor penghambatnya terkait adanya sebagian komponen yang terlalu cepat puas dengan hasil yang dicapai, rendahnya disiplin kerja yang menghambat produktivitas perusahaan, pengaruh sumber daya manusia yaitu kurangnya karyawan untuk melakukan proses produksi dan keterbatasan sumber daya (dana, keahlian, teknologi) dan perubahan kondisi ekonomi dan politik, perusahaan harus menyusun rencana pemasaran yang fleksibel terhadap perubahan yang terjadi yang diwujudkan dengan penyusunan rencana pemasaran dalam jangka pendek.

Kata kunci: Implementasi, *Total Quality Management*, penjualan, perumahan FLPP

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah Wasyukurillah, senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat kepada semua hamba-Nya, sehingga sampai saat ini kita masih mendapatkan ketetapan Iman dan Islam.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW pembawa rahmat bagi makhluk sekian alam, keluarga, sahabat dan para tabi'in serta kita umatnya, semoga kita senantiasa mendapat syafa'at dari beliau.

Pada penyusunan skripsi ini tentulah tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik dalam ide, kritik, saran maupun dalam bentuk lainnya. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih sebagai penghargaan atau peran sertanya dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Ahmad Furqon, Lc. MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam atas segala bimbingannya.
4. Mohammad Nadzir, M.SI., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam atas segala bimbingannya.
4. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku pembimbing I dan H. Maltuf Fitri, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing II yang telah banyak

membantu, dengan meluangkan waktu dan tenaganya yang sangat berharga semata-mata demi mengarahkan dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.

5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis dan senantiasa mengarahkan serta memberi motivasi selama penulis melaksanakan kuliah sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Bapak Agus Ismail, Pimpinan Perum Panturan Regency Kaliwungu yang telah memberikan izin dan memberikan bantuan dalam penelitian.
7. Inayati Nur Faizah dan teman-teman seperjuangan jurusan ekonomi islam angkatan 2013 yang selalu memotivasi dan memberikan semangat.
8. Sahabat-sahabatku nasrullah, niswati, robiatul, dan maulidin yang selalu memberikan motivasi, semangat, dan selalu belajar bersama untuk mencari ridho Illahi.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin Ya Rabbal Alamin.

Semarang, 13 Juli 2018
Penulis

Nurul Iman
NIM. 132411175

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN TRANSLITERASI.....	vii
HALAMAN ABSTRAK.....	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR	xi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Tinjauan Pustaka	8
E. Metode Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan.....	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. <i>Total Quality Management</i> (TQM)	16
1. Pengertian TQM	16
2. Filosofis TQM	20
3. Tujuan TQM	23
4. Indikator TQM	24

B. Penjualan Perumahan	28
1. Pengertian Penjualan Perumahan.....	28
2. Tujuan Penjualan Perumahan	32
3. Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Rumah	33
C. Ekonomi Islam.....	38
1. Pengertian Ekonomi Islam.....	38
2. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam.....	39

BAB III IMPLEMENTASI TQM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PERUMAHAN PADA PERUM PANTURA REGENCY KALIWUNGU

A. Gambaran Umum tentang Perum Pantura Regency Kaliwungu.....	47
B. Proses Implementasi TQM dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu	50
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi TQM dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.....	74

**BAB IV ANALISIS IMPLEMENTASI TQM DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN
PERUMAHAN PADA PERUM PANTURA
REGENCY KALIWUNGU**

A. Analisis Proses Implementasi TQM dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.....	77
B. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi TQM dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu	100
C. Analisis perspektif ekonomi Islam terhadap Implementasi TQM dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu	103

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	116
B. Saran-Saran	118
C. Penutup.....	119

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat memiliki kebutuhan yang harus terpenuhi seperti kebutuhan primer, sekunder, ataupun tersier. Rumah (perumahan) merupakan salah satu kebutuhan primer. Salah satu yang menjadi tolak ukur kesejahteraan rakyat Indonesia yaitu semua masyarakat dapat memiliki serta menempati rumah yang layak, sehat, aman, serasi dan teratur. Perumahan yang merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat, bukanlah menjadi kebutuhan individual namun merupakan kebutuhan masyarakat secara menyeluruh. Akan tetapi yang terjadi di Indonesia sekarang ini, tidak semua masyarakat dapat menikmati dan memiliki rumah yang layak, sehat dan aman.

Sebagaimana Firman Allah SWT. dalam Al Qur'an surat An Nahl ayat 80:

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ بُيُوتِكُمْ سَكَنًا وَجَعَلَ لَكُمْ مِنْ جُلُودِ الْأَنْعَامِ بُيُوتًا
تَسْتَخِفُّونَهَا يَوْمَ ظَعْنِكُمْ وَيَوْمَ إِقَامَتِكُمْ وَمِنْ أَصْوَابِهَا وَأَوْبَارِهَا وَأَشْعَارِهَا أَثْنَا
وَمِئَاتًا إِلَى حِينٍ (النحل: ٨٠)

Artinya: “Dan Allah SWT. Menjadikan bagimu rumah-rumahmu sebagai tempat tinggal dan Dia menjadikan bagi kamu rumah-rumah (kemah-kemah) dari kulit binatang ternak yang kamu merasa ringan (membawa) nya di waktu kamu berjalan dan waktu kamu bermukim dan (dijadikan-Nya pula) dari bulu domba, bulu unta

dan bulu kambing, alat-alat rumah tangga dan perhiasan (yang kamu pakai) sampai waktu (tertentu).”¹

Masalah-masalah yang dihadapi oleh kota-kota besar di Indonesia yaitu banyaknya jumlah penduduk dan seiring pesatnya pembangunan milik pemerintah. Wilayah suatu kota yang tidak dapat bertambah luas dan sangat terbatasnya penyediaan lahan, sangat berbanding terbalik dengan kebutuhan masyarakat akan perumahan yang sangat perlu diperhatikan oleh pemerintahan Indonesia. Untuk mengatasi permasalahan yang ada pemerintah perlu melakukan langkah-langkah konkret dengan menggandeng semua pihak baik dari unsur pemerintahan ataupun swasta (*developer*) terkait untuk mewujudkan perumahan bagi masyarakat.

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Perumahan dan Kawasan Pemukiman dengan dukungan pemerintah melalui adanya KPR bersubsidi. KPR bersubsidi FLPP adalah program subsidi dari pemerintah yang diharapkan mampu untuk membantu memberikan pembiayaan kepemilikan rumah kepada masyarakat.²

Adanya subsidi KPR, pembangunan perumahan FLPP menjadi marak dewasa ini, developer-developer perumahan memulai dengan strategi yang dapat mendorong minat masyarakat

¹ Soenarjo, dkk., *Al-Qur'an Al-karim dan Terjemah Bahasa Indonesia*, Jakarta: Depag. RI., 2006, h. 1041.

² Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 14 Tahun 2016.

untuk membeli perumahan, baik untuk ditempati ataupun untuk maksud berinvestasi. Kelompok yang menjadi sasaran subsidi pemerintah ini yaitu keluarga atau perorangan dengan penghasilan tetap atau tidak tetap, belum pernah memiliki rumah, belum pernah menerima subsidi perumahan dan termasuk masyarakat dengan penghasilan rendah sampai Rp. 3.500.000 per bulan. Syarat yang mudah tersebut diharapkan menjadi motivasi terhadap masyarakat supaya mempunyai keinginan untuk memiliki rumah sendiri dan hidup mandiri.

Salah satu daerah yang menjadi pengembangan perumahan dan pemukiman yaitu daerah Kaliwungu yang berada di Kabupaten Kendal. Daerah Kabupaten Kendal khususnya di Kaliwungu yang merupakan daerah padat penduduk dan daerah kawasan industri. Hal ini memberikan peluang yang sangat besar untuk mengembangkan perumahan FLPP. Dengan adanya peluang ini, menjadikan developer-developer perumahan untuk berlomba-lomba dalam menarik minat beli konsumen perumahan. Persaingan diantara developer menjadikan developer melakukan berbagai strategi dengan menerapkan *Total Quality Management* (TQM) yang merupakan sistem manajemen, sistem pelayanan, sistem kepuasan konsumen, sehingga perusahaannya tetap survive.

Perum Pantura Regency Kaliwungu sebagai salah satu developer perumahan yang berdiri pada tanggal 10 September 2011, pada awal tahun berdirinya perusahaan tersebut masih menemui beberapa permasalahan dalam berbagai bidang salah

satunya pada bidang penjualan. Hal ini dapat dilihat dari tabel penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency dibawah ini :

Tabel 1
Daftar Penjualan Perum Pantura Regency Kaliwungu

No	Nama Proyek	Tahun	Jumlah Unit
1	Perum Pantura Regency 1 Sarirejo	2012	40 unit
2	Perum Pantura Regency 2 Sarirejo	2013	60 unit
3	Perum Pantura Regency 3 Sarirejo	2014	75 unit
4	Perum Pantura Regency 1 Karangtengah	2014	76 unit
5	Perum Pantura Regency 2 Karangtengah	2015	175 unit
6	Perum Pantura Regency 3 Karangtengah	2016	125 unit
7	Perum Pantura Regency 1 Krajankulon	2016	302 unit
8	Perum Pantura Regency 2 Krajankulon	2017	338 unit
	Total		1191 unit

Sumber : Manajemen Perum Pantura Regency Kaliwungu.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency mengalami fluktuatif. Dengan penjualan yang fluktuatif Perum Pantura Regency selalu berusaha untuk memperbaiki sistem manajemennya secara terus menerus (*continue*) supaya bisa mencapai target penjualan dengan menerapkan TQM melalui proses memberikan pelayanan yang terbaik, kualitas produk yang terbaik dan memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Total Quality Management atau yang selanjutnya disingkat dengan TQM sangat memiliki manfaat yang sangat penting, yaitu meningkatkan penjualan, meningkatkan laba serta meningkatkan daya saing perusahaan.³ Perusahaan dapat dikatakan bermutu dalam konsep TQM apabila telah memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan. Secara operasional, mutu ditentukan oleh dua faktor. Pertama, spesifikasi yang telah ditentukan sebelumnya, yang disebut mutu sesungguhnya (*quality in fact*). Kedua, spesifikasi yang diharapkan oleh konsumen atau yang disebut mutu persepsi (*quality in perception*).⁴

Keberadaan TQM memberikan suatu makna dan standar mutu dalam perusahaan. Ia memberikan suatu filosofis perangkat alat untuk memperbaiki mutu.⁵ Bagi setiap dunia bisnis properti

³ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi, 2003, h. 10.

⁴ Kuat Ismanto, *Manajemen Syari'ah (Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari'ah)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, h. 7.

⁵ Edward Sallis, *Total Quality Management in Education*, (terj.) Ahmad Ali Riyadi, dkk., Yogyakarta: IRCiSoD, 2006, h. 33.

hususnya perumahan mutu adalah agenda utama dan meningkatkan mutu merupakan tugas yang paling penting. Di sinilah pentingnya TQM dalam peningkatan mutu dunia bisnis properti khususnya perumahan guna mengembangkan,⁶ karena banyak sekali para developer di kota-kota besar yang hanya mementingkan laba besar tanpa memperhatikan kelanjutan dari bisnis tersebut. Tentu hal ini sangat berdampak pada hasil kualitas perumahan, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.

Lesly Munro Faure dan Malcolm Munro Faure sebagaimana dikutip Syafaruddin, berpendapat bahwa peran manajemen mutu terpadu atau TQM adalah memuaskan pelanggan internal maupun pelanggan eksternal melalui pencegahan serta mengurangi sebab-sebab kesalahan.⁷ TQM menawarkan tindakan personel yang benar sejak pertama kali dengan cara yang benar dan berkelanjutan. Hubungan antara TQM dengan penjualan yaitu sangat erat dan berbanding lurus. Perusahaan yang mengimplementasikan konsep TQM dengan baik dan benar akan dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan laba perusahaan.

Dari uraian latar belakang di atas, peneliti merasa tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul “Implementasi *Total Quality Management* dalam meningkatkan penjualan perumahan

⁶ Jerome S. Arcaro, *Quality in Education: An Implementation Handbook*, (terj.) Yosai Iriantara, *Pendidikan Berbasis Mutu: Prinsip-prinsip Perumusan dan Tata Langkah Penerapan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006, h. 15.

⁷ Syafaruddin, *Manajemen Mutu Terpadu dalam Pendidikan: Konsep, Strategi dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Grasindo, 2002, h. 31.

perspektif ekonomi islam (Studi kasus Perum Pantura Regency Kaliwungu)”.
 10. <https://www.researchgate.net/publication/353111116>

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka penulis sampaikan beberapa permasalahan yang menjadi inti pembahasan dalam skripsi ini:

1. Bagaimana implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan perspektif ekonomi islam pada Perumahan Pantura Regency Kaliwungu?
2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perumahan Pantura Regency Kaliwungu?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.

Adapun beberapa manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Teoritik

Hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna bagi kalangan intelektual, pelajar, praktisi, akademis, dan masyarakat umum yang ingin mengetahui konsep TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan.

2. Praktik

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bagi perusahaan developer Perum Pantura Regency Kaliwungu dalam memanajemen perusahaan untuk memaksimalkan penjualan, pelayanan, dan kepuasan konsumen.

D. Tinjauan Pustaka

Dalam telaah pustaka ini peneliti mendeskripsikan beberapa penelitian yang telah dilakukan terdahulu, relevansinya dengan judul skripsi ini yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Afit Nurcholisin yang berjudul *Pengaruh Total Quality Management terhadap Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Islam Kendal*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh Total Quality Management terhadap keputusan pasien, dan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Cahya Mahami yang berjudul *Pengaruh Total Quality Manajemen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di hotel Sala View Surakarta*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh Total Quality Management dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Darmadji, 2008. *Implementasi TQM sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di MAN Model Yogyakarta*". Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa, MAN Model sudah mengimplementasikan prinsip TQM dalam rangka meningkatkan mutu pendidikan. Hal ini tercermin dari proses yang bertahap dan terus-menerus dalam meningkatkan mutu dengan pemenuhan harapan pelanggan (*client*) internal maupun eksternal melalui dukungan, partisipasi aktif, dan dinamis dari semua pihak.

Dari penelitian di atas memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti kaji yaitu implementasi TQM dalam mengembangkan lembaga atau perusahaan, namun penelitian yang peneliti lakukan lebih mengarah pada implementasi pada perusahaan perumahan yang tentunya sistem manajemen, sistem pelayanan, sistem kepuasan konsumen berbeda dengan penelitian di atas.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field research*). Oleh karena itu, obyek penelitiannya adalah berupa obyek di lapangan yang sekiranya mampu memberikan

informasi tentang kajian penelitian, pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yakni prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dan orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dan diarahkan pada latar alamiah dan individu tersebut secara holistic (menyeluruh).⁸ Dengan pendekatan kualitatif ini peneliti mencoba memahami dan menggambarkan secara menyeluruh obyek yang diteliti dalam hal ini implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu, faktor pendukung dan penghambatnya.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yaitu: data yang diperoleh dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari. Sumber data ini diperoleh dari pimpinan, karyawan, konsumen Perum Pantura Regency Kaliwungu.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya.⁹ Atau dengan kata lain dapat pula

⁸ Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: P.T. Remaja Rosda Karya, 2002, h. 3.

⁹ *Ibid.*

didefinisikan sebagai sumber yang dapat memberikan informasi atau data tambahan yang dapat memperkuat data primer atau pokok seperti buku-buku, dan dokumen-dokumen lainnya.

3. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. *Interview* (wawancara)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud penyelidikan atau penelitian di mana percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara dan yang diwawancarai.¹⁰

Dalam wawancara ini peneliti menggunakan pedoman wawancara *semi structured*, karena bentuk wawancara ini tidak membuat peneliti kaku, melainkan lebih bebas dan luwes dalam melakukan wawancara.¹¹

Metode ini digunakan peneliti untuk mengadakan wawancara tentang implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu, faktor pendukung dan penghambatnya. Adapun yang termasuk informan disini adalah manajer, karyawan dan konsumen.

¹⁰ *Ibid.* h. 135.

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002, h. 148.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku-buku, dokumen, peraturan-peraturan, catatan harian dan sebagainya.¹² Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi tentang kondisi umum, dokumen perjanjian, dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan penjualan Perum Pantura Regency Kaliwungu.

c. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi atau kondisi). Metode ini digunakan bila penelitian ditunjukkan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan tidak dilakukan pada responden yang terlalu besar.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut.¹³ Analisis data adalah mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam satu pola, kategori dan satuan

¹² *Ibid.* h. 206.

uraian dasar. Sehingga dapat di temukan tema, dan dapat dirumuskan hipotesis (ide) kerja seperti yang disarankan data.¹⁴ Untuk memperjelas penulisan ini maka peneliti menetapkan metode analisis deskriptif yaitu menyajikan dan menganalisis fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Data yang dikumpulkan semata-mata bersifat deskriptif sehingga tidak bermaksud mencari penjelasan, menguji hipotesis, membuat prediksi maupun mempelajari implikasi.¹⁵

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, maka langkah berikutnya adalah mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan jalan membuat abstraksi. Langkah selanjutnya adalah menyusunnya dalam satuan-satuan (display), dan tahap akhir dari analisis data ini adalah verifikasi data atau penyimpulan yaitu menganalisis implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu, faktor pendukung dan penghambatnya.¹⁶

F. Sistematika Penulisan

Secara garis besar penulisan penelitian ini terdiri atas 5 bab, di mana dalam setiap bab terdapat sub –sub pembahasan.

¹³ *Ibid.* h. 6.

¹⁴ *Ibid.* h. 103.

¹⁵ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001, h. 6-7.

¹⁶ Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: P.T. Remaja Rosda Karya, 2002, h. 190.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, permasalahan, tujuan penulisan, telaah pustaka, metode penulisan dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJUAN UMUM TENTANG *TOTAL QUALITY MANAGEMENT*, PENJUALAN, PERUMAHAN DAN EKONOMI ISLAM

Bab ini terdiri empat sub bab. Sub bab pertama tentang *Total Quality Management* (TQM) meliputi pengertian TQM, filosofis TQM, tujuan TQM dan indikator TQM. Sub bab kedua tentang penjualan rumah meliputi pengertian penjualan perumahan, tujuan penjualan perumahan dan faktor yang mempengaruhi penjualan rumah. Sub bab ketiga tentang ekonomi islam meliputi pengertian ekonomi islam dan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

BAB III : IMPLEMENTASI TQM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PERUMAHAN PADA PERUM PANTURA REGENCY KALIWUNGU

Bab ini meliputi pertama tentang gambaran umum tentang Perum Pantura Regency Kaliwungu, proses implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu dan faktor pendukung dan penghambat

implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.

BAB IV : ANALISIS IMPLEMENTASI TQM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PERUMAHAN PADA PERUM PANTURA REGENCY KALIWUNGU

Bab ini merupakan pokok dari pembahasan penulisan skripsi ini yakni Analisis proses implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu dan faktor pendukung dan penghambat implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu, analisis ekonomi islam terhadap implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.

BAB V : PENUTUP

Meliputi kesimpulan, saran dan kata penutup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Total Quality Management (TQM)*

1. Pengertian TQM

Kata “Total dalam bahasa Indonesia” sering diartikan sebagai menyeluruh atau keseluruhan.¹⁷ Sedangkan Gaspersz membuat definisi mengenai kualitas yang lebih luas cakupannya.¹⁸ Definisi kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.¹⁹ Sedangkan menurut Crosby, kualitas adalah memenuhi atau sama dengan persyaratannya. Pengertian kualitas menurut kamus ilmiah populer lengkap, kualitas adalah mutu baik, buruknya barang.²⁰ Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain atau rancangan dan kualitas kesesuaian atau kecocokan. Jadi kualitas adalah sesuatu yang dinamis yang selalu diasosiasikan dengan produk, servis, orang,

¹⁷ Kwat Ismanto, *Manajemen Syari'ah (Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari'ah)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, h. 65.

¹⁸ Vincent Gaspersz, *Metode Analisis Untuk Peningkatan Kualitas*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003, h. 4.

¹⁹ Sadli Jimmy, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Salemba Empat, 2001, h. 4.

²⁰ Ahmad Maulana, *Kamus Ilmiah Populer*, Yogyakarta: Absolut, 2004, h. 254.

proses, dan lingkungan.²¹

Pengertian kata manajemen menurut Sondang P. Siagian, manajemen adalah: sebagai kemampuan atau ketrampilan untuk memperoleh sesuatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain.²² Menurut Peter, “*Management is also tasks, activities, and functions. Irrespective of the labels attached to managing, the elements of planning, organizing, directing, and controlling are essential.*”²³ Manajemen adalah juga tugas, aktivitas dan fungsi. Terlepas dari aturan yang mengikat untuk mengatur unsur-unsur pada perencanaan, pengorganisasian, tujuan, dan pengawasan adalah hal-hal yang sangat penting.

Kemudian kaitannya dengan TQM; para ahli manajemen telah banyak mengemukakan pengertian TQM (*Total Quality Management*). Di sini penulis kemukakan beberapa definisi saja sebagai kerangka kajian selanjutnya. Dikemukakan Edward Sallis bahwa “*Total Quality Management is a philosophy and a methodology which assists institutions to manage change and to set their own agendas for dealing with the plethora of new external pressures*”.²⁴ Pendapat di atas menekankan pengertian bahwa manajemen

²¹ Ismanto, *Manajemen ...*, h. 65.

²² Sondang P. Siagian, *Filsafat Administarsi*, Jakarta: Haji Masagung, t.th., h. 5.

²³ Peter. P. Schoderbek, *Management*, San Diego: Harcourt Broce Javano Vich, t.th, h. 8.

mutu terpadu merupakan suatu filsafat dan metodologi yang membantu berbagai instansi, terutama industri, dalam mengelola perubahan dan menyusun agenda masing-masing untuk menanggapi tekanan-tekanan faktor eksternal.

Patricia Kovel-Jorboe (1993) mengutip Caffé dan Sherr dalam Syafaruddin, menyatakan bahwa manajemen mutu terpadu adalah suatu filosofi komprehensif tentang kehidupan dan kegiatan organisasi yang menekankan perbaikan berkelanjutan sebagai tujuan fundamental untuk meningkatkan mutu, produktifitas, dan mengurangi pembiayaan. Adapun istilah yang bersamaan maknanya dengan TQM adalah *continous quality improvement* (CQI) atau perbaikan mutu berkelanjutan.²⁵

Sebenarnya, TQM memfokuskan proses atau sistem pencapaian tujuan organisasi. Oleh karena itu TQM dapat didefinisikan sebagai mengelola organisasi secara menyeluruh agar organisasi memperoleh keunggulan pada semua dimensi dari produk dan jasa yang penting bagi pelanggan.²⁶ Dengan dimulai dari proses perbaikan mutu, maka TQM diharapkan dapat mengurangi peluang membuat kesalahan dalam menghasilkan produk, karena produk yang baik adalah

²⁴ Edward Sallis, *Total Quality Management in Education*, (terj.) Ahmad Ali Riyadi dkk., Yogyakarta: IRCISoD, 2006, h. 13.

²⁵ Syafaruddin, *Manajemen Mutu Terpadu dalam Pendidikan: Konsep, Strategi, dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Grasindo, 2002, h. 29.

²⁶ Amin Widjaja Tunggal, *Manajemen Mutu Terpadu; Suatu Pengantar*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1993, h. 9.

harapan para pelanggan. Jadi, rancangan produk diproses sesuai dengan prosedur dan teknik untuk mencapai harapan pelanggan. Penggunaan metode ilmiah dalam menganalisis data diperlukan sekali untuk menyelesaikan masalah dalam peningkatan mutu. Partisipasi semua pegawai digerakkan agar mereka memiliki motivasi dan kinerja yang tinggi dalam mencapai tujuan kepuasan pelanggan.

Istilah utama yang terkait dengan kajian *total quality management* (TQM) ialah *continuous improvement* (perbaikan terus menerus) dan *quality improvement* (perbaikan mutu). Sebagai upaya untuk mengelola perubahan dalam organisasi, ada beberapa slogan yang diungkapkan, yakni manajemen mutu terpadu, kepuasan pelanggan terpadu, kegagalan nol, proses pengendalian secara statistik, dan tim perbaikan mutu.²⁷ Semua slogan di atas menghadirkan filsafat mutu, program, dan teknik berbeda yang digunakan oleh berbagai organisasi bisnis, industri dan jasa dalam upaya pengembangan kultur mutu. Oleh karena itu, manajemen mutu terpadu merupakan salah satu strategi manajemen untuk menjawab tantangan eksternal suatu organisasi guna memenuhi kepuasan pelanggan.

Total Quality Management adalah suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan

terus-menerus atas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya.²⁸

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Total Quality Management* (TQM) merupakan teori ilmu manajemen yang mengarahkan pimpinan organisasi dan personilnya untuk melakukan program perbaikan mutu secara berkelanjutan yang terfokus pada pencapaian kepuasan (*expectation*) para pelanggan.

2. Filosofis TQM

Jargon utama yang mendasari falsafah manajemen mutu terpadu adalah terfokus pada pernyataan “*do the right things, first time, everytime*” (kerjakan sesuatu yang benar sejak pertama kali, setiap waktu). Namun secara terinci, W. Edward Demings,²⁹ sebagaimana ditengarai Syafaruddin³⁰ dan Hardjosoedarmo³¹ meletakkan kerangka pemikiran dalam perbaikan mutu secara berkelanjutan yang terdiri dari hal-hal berikut:

²⁷ Syafaruddin, *Manajemen Mutu Terpadu dalam Pendidikan: Konsep, Strategi, dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Grasindo, 2002, h. 28.

²⁸ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi, 2003, h. 4.

²⁹ Seorang ahli statistik Amerika dan Doktor dalam bidang ilmu fisika. Demings lahir tahun 1900 dan meninggal tahun 1993. Sebagai seorang teoritis, manajemen pengaruhnya baru terasa belakangan di Barat, meskipun di Jepang telah dimulai sejak tahun 1950-an. Lihat lebih lanjut Soewarso Hardjosoedarmo, *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi Offset, 2004, h. 87.

³⁰ Syafaruddin, *Manajemen Mutu Terpadu dalam Pendidikan: Konsep, Strategi, dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Grasindo, 2002, h. 30-32.

a. Reaksi berantai untuk perbaikan kualitas

Reaksi berantai tersebut menyatakan bahwa perbaikan kualitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam hal produk dan jasa yang sekaligus akan mengurangi biaya produksi, sehingga dapat meningkatkan produktivitas organisasi.

b. Transformasi organisasi

Disini kemampuan untuk mencapai perbaikan yang penting dan berkelanjutan menuntut perubahan dalam nilai-nilai yang dianut. Selain itu, proses kerja dan struktur kewenangan dalam organisasi perlu dibenahi.

c. Peran esensial pimpinan

Kepemimpinan mempunyai peran strategis dalam upaya perbaikan kualitas. Setiap anggota organisasi harus memberikan kontribusi penting dalam upaya tersebut. Namun, setiap upaya perbaikan yang tidak didukung secara aktif oleh pemimpin, komitmen, kreativitas, maka lama kelamaan akan hilang.

d. Hindari praktek-praktek manajemen yang merugikan

Setiap keputusan yang didasarkan pada pandangan jangka pendek, sempit dan terkotak-kotak, akhirnya akan merugikan organisasi. Beberapa contoh pandangan tersebut adalah:

³¹ Soewarso Hardjosoedarmo, *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi Offset, 2004, h. 1-3.

- 1) Tidak terdapat tujuan yang tetap (*constancy of purpose*), yaitu tujuan menuju perbaikan kualitas demi kelangsungan hidup dan perkembangan organisasi,
- 2) Hanya memikirkan keuntungan jangka pendek, dan
- 3) Sering berganti-ganti kegiatan

e. Penerapan *system of profound knowledge*

Penerapan sistem tersebut meliputi penerapan empat disiplin berikut:

- 1) Orientasi pada sistem (*sistem oriented*)

Pada setiap upaya menuju perbaikan kualitas itu, hendaknya kita mengembangkan kecakapan untuk mengelola interaksi antara berbagai komponen organisasi. Orientasi ini meliputi fokus pada kinerja (*performance*) total organisasi. Bukan hanya memusatkan perhatian pada usaha memaksimalkan hasil komponen organisasi tertentu secara parsial, akan tetapi keseluruhan komponen organisasi.

- 2) Teori variasi

Perlu dikembangkan kecakapan untuk menggunakan data dalam proses pengambilan keputusan. Pengertian pada variasi data akan dapat membantu pengambil keputusan untuk mengetahui kapan harus melakukan perubahan-perubahan dalam suatu sistem guna memperbaiki kinerja, dan mengetahui kapan

perubahan yang dibuat dapat memperburuk kinerja.

3) Teori pengetahuan

Penguasaan teori pengetahuan akan membantu dalam rangka mengembangkan dan menguji hipotesis (praduga) guna memperbaiki kinerja organisasi. Jadi, teori pengetahuan akan membantu mengetahui:

- a) apa yang dikehendaki oleh pelanggan (*customer*)
- b) seberapa jauh organisasi dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan
- c) faktor-faktor penting apa yang mempengaruhi kualitas mutu
- d) apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kualitas mutu
- e) apakah pelanggan mengetahui perubahan yang terjadi mengenai kinerja organisasi, dan
- f) apa kebutuhan dan harapan baru para pelanggan

4) Psikologi

Maksud psikologi di sini adalah perlu dikembangkannya kecakapan untuk mengerti dan menerapkan konsep-konsep yang berkaitan dengan perbedaan individu dalam organisasi, dinamika kelompok, proses belajar dan proses perubahan guna mencapai perbaikan kualitas atau mutu.

3. Tujuan TQM

Manajemen mutu terpadu (TQM) merupakan sistem manajemen yang mengangkat sesuatu sebagai strategi (*strategy*) usaha yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan cara melibatkan pelanggan dan seluruh anggota organisasi. Lewis dan Smith (1994) menyebutkan strategi dalam konteks organisasi adalah kerangka kerja yang menentukan pilihan, dasar, dan arah suatu organisasi. Esensi strategi organisasi adalah menentukan sesuatu yang benar untuk dilakukan (*determining the right thing to do*). Sebagai suatu strategi manajemen, spektrum aktivitas manajemen mutu terpadu berorientasi pada upaya untuk: (1) memperbaiki material dan jasa yang menjadi masukan organisasi, dan (2) memperbaiki upaya dalam memenuhi kebutuhan para pemakai produk dan jasa pada masa kini dan di waktu yang akan datang.

Lesly Munro Faure dan Malcolm Munro Faure (1991) sebagaimana ditengarai Syafaruddin, berpendapat bahwa peran manajemen mutu terpadu adalah memuaskan pelanggan internal maupun pelanggan eksternal melalui pencegahan serta mengurangi sebab-sebab kesalahan. Manajemen mutu menawarkan tindakan personel yang benar sejak pertama kali dengan cara yang benar dan berkelanjutan.³²

4. Indikator TQM

Berangkat dari pengertian tersebut, ada beberapa indikator manajemen mutu terpadu (TQM) yang penulis cantumkan, sebagai representasi dari TQM itu sendiri, yaitu sebagai berikut:³²

Pertama, kepemimpinan (*leadership*). Konsep ini mengandung pengertian bahwa sebuah organisasi hanya akan bergerak jika kepemimpinan yang ada didalamnya berhasil dan efektif. Demikian pula halnya sebuah gerakan mutu pada perusahaan dalam mengantisipasi tantangan perubahan eksternal. Di sini diperlukan suatu kepemimpinan efektif untuk meraih mutu perusahaan. Ditegaskan Sallis sebagaimana ditengarai Syafaruddin bahwa *leadership is the esensial ingredient in TQM. Leader must have the vision and be able to translate it into clear policies and a specific goals*.³⁴ Sebagai alat dalam menerapkan manajemen mutu terpadu, seorang pemimpin yang menjalankan kepemimpinannya harus memiliki visi (pandangan jauh ke depan) dan dapat memindahkannya ke dalam kebijakan-kebijakan yang jelas dan tujuan khusus organisasi.

Kedua, perbaikan secara terus menerus (*continuous improvement*). Konsep ini mengandung pengertian bahwa

³² Syafaruddin, *Manajemen Mutu Terpadu dalam Pendidikan: Konsep, Strategi, dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Grasindo, 2002, h. 31.

³³ Edward Sallis, *Total Quality Management in Education*, (terj.) Ahmad Ali Riyadi dkk., Yogyakarta: IRCISoD, 2006, h. 7-12.

³⁴ Syafaruddin, *Manajemen ...*, h. 52.

pihak pengelola senantiasa melakukan berbagai perbaikan dan peningkatan secara terus menerus untuk menjamin semua komponen perusahaan telah mencapai standar mutu yang ditetapkan.

Ketiga, menentukan standar mutu (*quality assurance*). Konsep ini digunakan untuk menetapkan standar-standar mutu dari semua komponen yang bekerja dalam proses transformasi perusahaan.

Keempat, perubahan kultur (*change of culture*). Konsep ini bertujuan membentuk budaya organisasi yang menghargai mutu dan menjadikan mutu sebagai orientasi semua komponen organisasi. Jika manajemen ini ditetapkan di sebuah perusahaan, maka pihak pimpinan harus berusaha membangun kesadaran para anggotanya.

Kelima, perubahan organisasi (*upside-down organization*). Jika visi dan misi, serta tujuan organisasi sudah berubah atau mengalami perkembangan, maka sangat dimungkinkan terjadinya perubahan organisasi. Perubahan organisasi ini bukan berarti perubahan wadah organisasi, melainkan sistem atau struktur organisasi yang melambangkan hubungan-hubungan kerja dan pengawasan dalam organisasi. Perubahan ini menyangkut perubahan kewenangan, tugas-tugas dan tanggung jawab. Misalnya, dalam kerangka manajemen mutu terpadu, struktur perusahaan dapat berubah terbalik dibandingkan dengan

struktur konvensional. Jika dalam struktur konvensional berturut-turut dari atas ke bawah; senior manager, middle manager, dan support staff. Sedangkan dalam struktur yang baru, yaitu dalam struktur perusahaan, keadaannya berbalik dari bawah ke atas.

Keenam, mempertahankan hubungan dengan pelanggan (*keeping close to the customer*). Karena perusahaan menghendaki kepuasan pelanggan, maka perlunya mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan menjadi sangat penting. Dan inilah yang dikembangkan dalam unit *public relations*. Berbagai informasi antara perusahaan dan pelanggan harus terus menerus dipertukarkan, agar perusahaan senantiasa dapat melakukan perubahan-perubahan atau improvisasi yang diperlukan, terutama berdasarkan perubahan sifat dan pola tuntutan serta kebutuhan pelanggan. Bukan hanya itu, pelanggan juga diperkenankan melakukan kunjungan, pengamatan, penilaian dan pemberian masukan kepada perusahaan. Semua masukan itu selanjutnya akan diolah dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan mutu sebuah perusahaan.

Untuk keberhasilan penerapan TQM tersebut memang tidak mudah, oleh karena itu perlu adanya kejelasan secara sistematis dalam memberikan kewenangan. Jika manajemen ini diterapkan sesuai dengan ketentuan yang ada dengan segala dinamika dan fleksibilitasnya, maka akan menjadi

perubahan yang cukup efektif bagi pengembangan dan peningkatan mutu perusahaan.

B. Penjualan Perumahan

1. Pengertian Penjualan Perumahan

Penjualan berasal dari kata jual yang dalam kamus bahasa Indonesia artinya mengalihkan hak milik dengan perjanjian bahwa pemilik yang lama dapat membelinya kembali,³⁵ dalam istilah fiqh disebut dengan *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti dan menukar (sesuatu dengan sesuatu yang lain).³⁶ Penjualan merupakan fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan untuk mencapai pasar yang dituju. Fungsi penjualan juga merupakan sumber pendapatan yang diperlukan untuk menutup ongkos dan biaya dengan harapan bisa mendapatkan laba. Oleh karena itu, perlu adanya bermacam cara untuk memajukan penjualan seperti periklanan, perniagaan, dan sebagainya.³⁷

Menurut definisi yang lain penjualan adalah berkumpulnya seorang pembeli dan penjual atau lebih dengan tujuan melaksanakan tukar- menukar barang atau jasa berdasarkan pertimbangan yang berharga, misalnya

³⁵ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2008, h. 477.

³⁶ Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jakarta: Intermasa, 1997, h. 827.

³⁷ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2003, h. 179.

pertimbangan uang.³⁸

Penjualan adalah suatu kegiatan menjual memindahkan barang dan jasa dari seseorang, organisasi ataupun perusahaan kepada pihak lain. Ilmu menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.³⁹

Penjualan adalah usaha yang dilakukan oleh manusia untuk menyampaikan barang atau jasa pada mereka yang memerlukan dengan imbalan harga yang telah ditentukan atas persetujuan bersama.⁴⁰ Penjualan adalah suatu proses dimana sang penjual memastikan, mengaktivitaskan, dan memuaskan kebutuhan sang pembeli agar tercapai manfaat, baik bagi penjual maupun pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak.⁴¹

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah sumber pendapatan yang diperlukan untuk menutupi biaya hingga mendapatkan laba. Apabila barang-barang itu diproduksi atau dibeli untuk dijual, maka harus dapat dipastikan barang-barang itu akan terjual.

Berdasarkan Undang-Undang No 4 Tahun 1992

³⁸ Winardi, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Sinar Baru, 2000, h. 26.

³⁹ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2003, h. 8.

⁴⁰ Siswanto Sutoyo, *Menentukan Strategi Harga*, Jakarta: Damar Mulia, 2003, h. 9.

⁴¹ Winardi, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Sinar Baru, 2000, h. 3.

tentang Perumahan dan Permukiman.

- a. Rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga.
- b. Perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan
- c. Permukiman adalah bagian dari lingkungan hidup di luar kawasan lindung, baik yang berupa kawasan perkotaan maupun perdesaan yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian dan tempat kegiatan yang mendukung perikehidupan dan penghidupan.⁴²

Menurut Harvey, rumah memiliki 2 arti penting, yaitu:

- a. Rumah sebagai kata benda, menunjukkan bahwa tempat tinggal (rumah dan tanah) sebagai suatu komoditi.
- b. Rumah sebagai kata kerja, menunjukkan suatu proses dan aktivitas manusia yang terjadi dalam pembangunan, pengembangan maupun sampai proses penghuninya.⁴³

Menurut Surat Keputusan Bersama Menteri Dalam Negeri, Menteri Pekerjaan Umum, Menteri Perumahan Rakyat tahun 1992 Properti perumahan dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis, yaitu:

⁴² Undang-Undang Nomor 4 tahun 1992.

⁴³ Purnama, *Strategic Marketing Plan*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002, h. 47.

- a. Rumah sederhana adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 54 m² sampai 200 m² dan biaya pembangunan per m² tidak melebihi dari harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas pemerintah kelas C yang berlaku.
- b. Rumah menengah adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 200 m² sampai 600 m² dan/atau biaya pembangunan per m² antara harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas pemerintah kelas C sampai A yang berlaku.
- c. Rumah mewah adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 600 m² sampai dengan 2000 m² dan/ atau biaya pembangunan per m² di atas harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas kelas A yang berlaku.
- d. Dalam hal luas kaveling atau harga satuan pembangunan per m² masing-masing memenuhi kriteria yang berlainan, sebagaimana dimaksud dalam butir a, b, dan c maka kualitas ditentukan sesuai kriteria yang tinggi.⁴⁴

Jadi penjualan rumah adalah kegiatan menjual memindahkan bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga kepada pihak lain.

2. Tujuan Penjualan Perumahan

Seperti kita ketahui bahwa tujuan utama perusahaan pada umumnya dalam bidang penjualan termasuk penjualan perumahan, yaitu :

- a. Mencapai volume penjualan tertentu
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan

Dalam mencapai ketiga tujuan diatas, tidak sepenuhnya dilakukan oleh bagian penjualan. Dalam hal ini perlu adanya kerjasama antara fungsionaris dalam perusahaan seperti bagian keuangan yang menyediakan dana, bagian produksi yang membuat produk, bagian personalia yang menyediakan tenaga kerja.⁴⁵

Adapun fase-fase sebagai proses penjualan perumahan tersebut dapat dibagi antara lain:⁴⁶

- a. Kreasi Permintaan (*demand creation*) merupakan suatu tindakan untuk membuat konsumen memiliki permintaan akan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dengan jumlah sebanyak-banyaknya.
- b. Mendapatkan Pembelian (*finding the buyer*). Dalam fase ini usaha yang dapat dilakukan dengan jalan

⁴⁴ SKB Menteri Dalam Negeri, Menteri Pekerjaan Umum, Menteri Perumahan Rakyat tahun 1992.

⁴⁵ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2003, h. 7.

⁴⁶ Sahrul Mukhtar dan K. Sukarno, *Dasar-dasar Manajemen Marketing Modern*, Jakarta: Penerbit Miswar, 2008, h. 30.

mengalokasikan kompleknya konsumen yang memerlukan barang dan jasa. Usaha ini merupakan klasifikasi dari data pembeli yang selanjutnya merupakan bahan bagi perencanaan penjualan.

- c. Perjanjian Penjualan (*term of sale*). Semua persyaratan yang menyangkut masalah penjualan ini diwujudkan dalam suatu bentuk yang mengikuti antara kedua belah pihak yaitu antara penjual dan pembeli yang disebut perjanjian penjualan.
- d. Pemindahan Hak (*transfer of title*). Pemindahan merupakan realisasi dari fungsi penjualan, yaitu menjual barang dan jasa kepada pembeli secara langsung. Ini merupakan cara penjualan yang sebenarnya terjadi.

3. Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Rumah

Disamping fungsi penjualan, perusahaan perumahan juga melakukan faktor-faktor penjualan dalam kegiatan penjualan, faktor-faktor tersebut juga dapat mempengaruhi perkembangan penjualan. Adapun faktor-faktor penjualan tersebut adalah, sebagai berikut:⁴⁷

- a. Faktor Eksternal (dari luar perusahaan)
 - 1) Kebijakan Pemerintah, terutama dibidang ekonomi, moneter, dan perdagangan yang dapat mempengaruhi situasi penawaran dan permintaan barang atau jasa di pasar.

2) Ekonomi Dunia.

Struktur ekonomi terbuka saat ini dan perkembangan ekonomi dalam negeri tidak terlepas dari perkembangan ekonomi dunia.

3) Sosial Ekonomi Masyarakat

Perkembangan terhadap pandangan masyarakat atas barang atau jasa yang dapat digunakan sebagai simbol kedudukan sosial akan mempengaruhi jumlah permintaan atas barang atau jasa.

4) Persaingan

Besar atau kecilnya, situasi persaingan di pasar akan mempengaruhi kedudukan barang atau jasa masing-masing di perusahaan bersaing.

b. Faktor Internal (dari dalam perusahaan)

1) Kapasitas produksi dan pengadaan modal serta barang atau jasa.

Kapasitas produksi dan pengadaan dana modal kerja paling sedikit untuk jangka pendek, kapasitas produksi dimiliki oleh setiap perusahaan akan membatasi kemampuan mereka dalam memproduksi barang atau jasa sampai jumlah tertentu.

⁴⁷ Siswanto Sutoyo, *Menentukan Strategi Harga*, Jakarta: Damar Mulia,

2) Produk berupa barang atau jasa.

Kesan pembeli terhadap barang atau jasa serta layanan yang mengiringi sangat besar pengaruhnya terhadap penjualan dimasa yang akan datang.

3) Kebijakan harga jual.

Harga jual dapat menentukan kedudukan dan persaingan serta kemampuan perusahaan untuk bersaing yang akan mempengaruhi jumlah penjualan.

Selain faktor-faktor diatas yang dapat mempengaruhi penjualan perumahan ada pula satu faktor lain yang berpengaruh terhadap pergeseran lokasi permukiman, yaitu nilai tanah.

Penjualan perumahan memainkan peranan penting dalam mempengaruhi nilai pasar properti jenis perumahan. Hal ini dikarenakan penawaran tanah untuk pembangunan terbatas dari segi keluasan akan tetap dari segi permintaan selalu berubah dan bertambah. Umar Husein menjelaskan bahwa permintaan konsumen terhadap perumahan dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:⁴⁸

a. Lokasi

Keberadaan lokasi perumahan, apakah dipusat di pinggir kota sangat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli rumah. Semakin strategis letak

2003, h. 48-51.

⁴⁸ Umar Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003, h. 14.

perumahan tersebut berarti semakin baik dan memiliki tingkat permintaan yang semakin tinggi. Faktor-faktor ekonomi dari keberadaan lokasi perumahan juga menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih rumah yang dikehendaknya. Jarak menuju tempat kerja, tempat hiburan, dan fasilitas umum sebagai motif efisiensi waktu dan biaya transportasi merupakan faktor ekonomi yang menjadi pertimbangan konsumen di dalam memilih lokasi rumah yang dimaksud.

b. Pertambahan penduduk

Dengan alasan bahwa setiap orang memerlukan tempat tinggal sebagai tempat berlindung, maka setiap pertambahan penduduk baik secara alami maupun non alami (karena urbanisasi) akan meningkatkan permintaan akan rumah.

c. Pendapatan Konsumen

Kesanggupan seseorang di dalam memiliki rumah sangat dipengaruhi pendapatan yang diperolehnya. Apabila pendapatan seseorang meningkat dan kondisi perekonomian tidak terjadi resesi dan inflasi, kecenderungan untuk memiliki rumah akan meningkat baik secara kualitas maupun kuantitas.

d. Kemudahan Mendapatkan Pinjaman

Pada pasar properti perumahan, permintaan perumahan dipengaruhi juga oleh kebijakan pemerintah

dan institusi keuangan seperti perbankan. Karakteristik pasar properti yaitu membutuhkan dana besar, menyebabkan konsumen sangat tergantung pada kemudahan pendanaan. Kemudahan pendanaan ini dapat berupa fasilitas kredit pinjaman, penurunan tingkat suku bunga pinjaman, dan jangka waktu pelunasan pinjaman. Apabila kemudahan tersebut dapat diperoleh konsumen, dipercaya permintaan akan rumah oleh konsumen akan bertambah. Sebaliknya jika syarat mendapatkan pinjaman sangat ketat, atau suku bunga pinjaman yang tinggi akan menurunkan permintaan rumah oleh masyarakat.

e. Fasilitas dan Sarana Umum

Fasilitas disini meliputi fasilitas umum dan fasilitas sosial, diantaranya infrastruktur, sarana pendidikan, kesehatan, keagamaan, sarana transportasi, dan lain-lain. Keberadaan fasilitas tersebut membangun serta menarik minat investor yang selanjutnya akan meningkatkan permintaan akan rumah di kawasan tersebut.

f. Harga Pasar Rumah

Seperti dalam hal teori permintaan dan penawaran, semakin tinggi harga barang akan mengakibatkan penurunan permintaan akan barang yang dimaksud. Apabila harga rumah menengah naik, sementara kecenderungan memiliki rumah dengan tingkat

harga tersebut akan berkurang dan permintaan akan beralih ke rumah dengan harga yang lebih rendah.

g. Undang-undang

Peraturan tentang jenis hak penggunaan lahan/tanah yang membatasi hak atas tanah tersebut turut menjadi faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen akan rumah. Demikian juga dengan peraturan lain seperti peraturan perpajakan (PBB dan BPHTB) turut menjadi faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli rumah.

C. Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Menurut Monzer Kahf ekonomi didefinisikan sebagai kajian tentang perilaku manusia dalam hubungannya dengan pemanfaatan sumber-sumber produktif yang langka untuk memproduksi barang-barang dan jasa-jasa serta mendistribusikannya untuk dikonsumsi dengan demikian bidang garapan ekonomi adalah salah satu sektor dalam perilaku manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi dan konsumsi.⁴⁹

Sementara pengertian Ekonomi Islam dapat didefinisikan sebagai cabang ilmu pengetahuan yang dapat membantu mewujudkan *human well-being* (manusia menjadi

⁴⁹ Monzer Kahf, *the Islamic Economy: Analytical of the Functioning of the Islamic Economic System: Ekonomi Islam Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995, h. 2.

lebih baik) melalui pengalokasian pendistribusian sumber daya alam yang langka sesuai dengan ajaran Islam, tanpa mengabaikan kebebasan individual atau terus menciptakan kondisi makro ekonomi yang semakin baik dan mengurangi terjadinya ketidak seimbangan ekologi. Ekonomi Islam merupakan suatu studi sosial yang mempelajari masalah ekonomi manusia berdasarkan nilai-nilai Islam.⁵⁰

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa ekonomi Islam adalah suatu kajian tentang perilaku manusia dalam hubungannya dengan pemanfaatan sumber-sumber produktif yang langka untuk memproduksi barang-barang dan jasa-jasa serta mendistribusikannya untuk dikonsumsi dengan demikian bidang garapan ekonomi adalah salah satu sektor dalam perilaku manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi dan konsumsi berdasarkan atas ajaran-ajaran agama Islam.

2. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Rasulullah saw adalah orang yang menggeluti dunia perdagangan, sekaligus seorang pemasar (*marketer*) yang handal. Sebagai pedagang, menurut Gunara dan Sudibyo Rasulullah SAW berpegangan pada lima prinsip. Pertama, *jujur*, suatu sifat yang sudah melekat pada diri beliau. Kejujuran ini diiringi dengan prinsip kedua, yaitu ikhlas, dimana dengan keikhlasan seorang pemasar tidak akan

⁵⁰ Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPFE,

tunggang langgang mengejar materi belaka. Kedua prinsip ini dibingkai oleh *profesionalisme* sebagai prinsip ketiga. Seorang yang profesional akan selalu bekerja maksimal. Prinsip keempat adalah *silaturahmi* yang mendasari pola hubungan beliau dengan pelanggan, calon pelanggan, pemodal dan pesaing. Sedangkan prinsip kelima adalah *murah hati* dalam melakukan kegiatan perdagangan. lima prinsip ini menyatu dalam apa yang disebut sebagai *soul marketing* yang nantinya akan melahirkan kepercayaan (*trust*). Kepercayaan ini merupakan suatu modal yang tidak ternilai dalam bisnis.⁵¹

Berdasarkan uraian tersebut, maka telaah terhadap pemasaran dan perdagangan dari perspektif islam diharapkan akan mampu menjawab dan meluruskan berbagai permasalahan dalam bidang ini. Asumsi dasarnya adalah bahwa perdagangan dengan kejujuran, keadilan dalam bingkai ketakwaan kepada Sang maha Pencipta, merupakan persyaratan mutlak terwujudnya praktik-praktik perdagangan yang dapat mendatangkan kebaikan secara optimal kepada semua pihak yang terlibat. Lebih jauh lagi, dalam melakukan berbagai upaya pemasaran dalam merealisasikan perdagangan tadi seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam.⁵²

h. 5-7.

2.

⁵¹ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara: 2008, h.

⁵² *Ibid.*

Syari'at Islam menghalalkan jual beli, namun demikian mengadakan pula aturan-aturan yang kokoh yang harus dipelihara untuk menjamin mu'amalah yang baik, maka jual beli itu tidak lah sempurna melainkan memenuhi syarat dan rukun jual beli. Rukun jual beli yaitu adanya *ijab* dan *qabul*, adanya dua *aqid* yang sama-sama mampu bertindak atau dua orang yang mewakili untuk itu, adanya *ma'qud alaihi* yang dikenal oleh kedua pihak, juga barang yang memberi manfaat yang tidak diharamkan syara'.⁵³

Bagi mereka yang bergerak di bidang perdagangan atau transaksi jual beli, wajib untuk mengetahui hukum yang berkaitan dengan sah dan rusaknya transaksi jual beli tersebut. Tujuannya agar usaha yang dilakukannya sah secara hukum dan terhindar dari hal yang tidak dibenarkan oleh syara'. Banyak kaum muslim yang lalai mempelajari hukum jual beli, melupakannya, sehingga memakan barang haram apalagi terdapat keuntungan dan usahanya meningkat. Sikap tersebut merupakan kesalahan yang fatal serta harus dicegah, agar semua kalangan yang bergerak pada usaha perdagangan mampu membedakan mana yang dibolehkan, berusaha dengan cara yang baik, dan menghindari usaha yang syubhat semaksimal mungkin.⁵⁴

⁵³ Hasbi Ash Shiddieqy, *Falsafah Hukum Islam*, Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2001, h. 411-412.

⁵⁴ Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah*. Jilid IV terj, Alih Bahasa Nor Hasanuddin, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006, h. 120.

Kebanyakan problem sosial yang mengakibatkan pertentangan dan permusuhan adalah disebabkan tidak dijalkannya undang-undang syari'at yang telah ditetapkan oleh Allah Yang Maha Bijaksana dalam hal jual beli.⁵⁵

Konsep Islam tentang jual beli memberikan beberapa syarat diantaranya barang yang diperjual belikanpun harus diperhatikan seperti suci (barang yang najis tidak sah untuk diperjual belikan), ada manfaatnya (dilarang menjualbelikan sesuatu yang tidak ada manfaatnya), keadaan barang itu dapat diserahkan terimakan, keadaan barang itu adalah milik penjual dan menguasai barang itu, barang itu diketahui si penjual dan pembeli dengan terang zatnya, bentuk, kadar, dan sifatnya, dengan demikian tidak akan terjadi tipu daya, sebab jual beli yang mengandung tipu daya dilarang oleh Islam.⁵⁶

Beberapa jual beli yang tidak diizinkan oleh agama disini akan penulis uraikan beberapa cara saja sebagai cermin perbandingan kepada orang lainnya, yang menjadi pokok sebab timbulnya larangan. Adapun sebab-sebab terlarang antara lain:

- a. Menyulitkan si pembeli atau penjual atau orang lain, seperti:

⁵⁵ Syeikh Ali Ahmad Jurjawi, *Hikmah Al-Tasyri' wa Falsafatuhu, terj. Falsafah dan Hikmah Hukum Islam*, Semarang: CV. Asy-Syifa, 1992, h. 375.

⁵⁶ Nadzar Bakry, *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1994, h. 59.

- 1) Membeli atau menjual benda di pasar bukan untuk dipakai tetapi agar orang lain merasa kesulitan.
 - 2) Menimbun barang guna memperoleh harga yang lebih mahal dikemudian hari, sedang masyarakat sangat membutuhkannya.
- b. Membeli barang yang sudah dibeli orang lain yang masih dalam masa khiyar.
 - c. Merusak ketenteraman umum, menjual suatu barang yang berguna untuk menjadi alat maksiat kepada yang membelinya.⁵⁷ Contoh: pistol, mesiu, wisky dan lain-lain, firman Allah Qur'an surat Al-Maidah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ (المائدة

(۲ :

Artinya: "Hendaklah kamu bertolong menolong atas perbuatan kebijakan dan bertaqwalah, dan jangan sekali-kali kamu bertolong menolong untuk berbuat kejahatan dan bermusuhan" (QS. Al-Maidah: 2).⁵⁸

- d. Membeli barang yang ditahan dan dapat dijual dengan harga yang lebih mahal, sedang masyarakat umum berhajad kepada barang tersebut, sebab dilarang mengganggu ketenteraman umum.
- e. Jual beli mengicuh, ada unsur penipuan baik dari pembeli ataupun dari pihak penjual, baik bersangkutan pada

⁵⁷ *Ibid.* h. 62.

barang maupun ukurannya yang tidak sesuai serta kualitasnya.⁵⁹

Jual beli yang diterangkan di atas pandang haram hukumnya, karena kaidah ulama fiqh larangan dalam urusan mu'amalat apabila larangan itu karena diluar dari urusan muamalah larangan itu tidak menghalangi sahnya "aqad".⁶⁰

Syari'at Islam membicarakan tentang manfaat dan hikmah yang besar dalam hubungan antara sesama umat manusia. Apabila ketentuan-ketentuan yang mengatur jual beli dipatuhi baik oleh pembeli maupun penjual akan dapat menimbulkan dampak positif bagi kedua belah pihak, antara lain:

- a. Masing-masing pihak merasa puas, dengan adanya kesepakatan dan kepuasan diantara penjual dan pembeli, memiliki suatu nilai dan dikemudian hari tidak akan adanya sesuatu yang tidak diinginkan oleh kedua belah pihak.
- b. Penjual dan pembeli yang berlapang dada ketika mengadakan tawar menawar akan mendapat rahmat Allah, dan dilihat dari berbagai pembahasan, ada teori dari sementara ahli jiwa mengatakan bahwa keinginan marah

85. ⁵⁸ Soenarjo, dkk., *Al-Qur'an Al-karim dan Terjemah Bahasa Indonesia*, h.

⁵⁹ Nadzar Bakry, *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1994, h. 62.

⁶⁰ *Ibid.* h. 63.

itu harus diperturukkan sebagai penyaluran dari suatu dorongan alami yang kalau dibanding akan merusak jiwa.

- c. Dengan adanya jual beli akan menjauhkan orang dari memakan dan memiliki harta dengan cara bathil (tidak benar).
- d. Manfaat jual beli untuk nafkah keluarga

Ajaran islam mencakup dua dimensi pokok, yakni dimensi vertikal (*hablumminallah*) dan dimensi horizontal (*hablumminannas*). Keduanya mempunyai arti ibadah, yakni ketaatan seseorang hamba kepada allah swt. Kualitas tertinggi dari ketaatan yang bersifat vertikal adalah takwa, sementara kualitas tertinggi dari ketaatan yang bersifat horizontal adalah berlaku adil. Kejujuran merupakan salah satu tangga untuk mencapai tingkat adil yang dimaksud. Dimensi vertikal dalam ajaran islam bersifat *mahdhah*, yakni ibadah yang telah ditentukan cara pelaksanaannya dan tidak bisa direkayasa, sementara dimensi horizontal bersifat *ghairu mahdhah*, menyeluruh dan *mujmal*, yang meliputi segala aspek kehidupan, yang masih harus dipahami dan ditafsirkan.⁶¹

Berkenaan dengan ini, dapat dimengerti apabila salah satu rukun jual beli dalam Islam adalah ada barang dan ada uang. Rukun jual beli tersebut adalah sesuatu yang harus wujud. Terpenuhi dan tidaknya atau ada dan tidaknya rukun tersebut menentukan sah dan tidaknya perdagangan yang

dilakukan. Apabila suatu perdagangan dilakukan sesuai dengan ketentuan syarat wajib dan syarat sah nya perdagangan sebagaimana yang ditetapkan Islam, perdagangan tersebut selain dibenarkan, juga merupakan suatu ibadah. Alangkah indahnya Islam, dengan bersibuk diri dibidang perdagangan mencari kekayaan materi, kesibukan tersebut juga mendapatkan nilai sebagai ibadah kepada Sang Maha Pencipta.

7-8. ⁶¹ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara: 2008, h.

BAB III
IMPLEMENTASI TQM DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PERUMAHAN PADA PERUM PANTURA
REGENCY KALIWUNGU

A. Gambaran Umum tentang Perum Pantura Regency Kaliwungu

Secara umum Perum Pantura Regency berada pada wilayah pengembangan bagian timur dari kabupaten Kendal, yaitu tepatnya berada di kota Kaliwungu yang berdekatan dengan kawasan industri Kabupaten Kendal. Pantura Regency didirikan pada tanggal 10 September 2011 dengan legalitas hukum yang awalnya bernama CV. Cahaya dan berjalannya waktu berkembang menjadi PT. Cahaya Tiga Berlian.

Perum Pantura Regency didirikan oleh bapak Agus Ismail. Yang melatar belakangi beliau mendirikan Perum Pantura Regency karena melihat perkembangan kabupaten Kendal khususnya di kota Kaliwungu yang sangat pesat. Di mana kota Kaliwungu diproyeksikan oleh pemerintah Kabupaten Kendal sebagai daerah kawasan industri, hal ini yang menjadikan kota Kaliwungu meningkat secara perekonomian karena banyak para investor yang ingin mendirikan usahanya diberbagai sektor bisnis.

Tujuannya dari bapak Agus ismail dalam mendirikan perum pantura Kaliwungu selain dari segi bisnis yaitu untuk membantu masyarakat dalam memiliki hunian rumah yang layak,

tentram, dan sejahtera. Dalam perkembangannya dari tahun 2011 sampai sekarang ini perum Pantura Regency sudah membangun perumahan dengan luas mencapai 10Ha. Perum pantura regency yang berada di kota Kaliwungu mempunyai batas-batas wilayah :

- Wilayah utara : Berbatasan dengan persawahan dan kawasan industri Kendal
- Wilayah timur : Berbatasan dengan perkampungan warga desa Karangtengah
- Wilayah selatan : Berbatasan dengan jalan nasional Soekarno-Hatta
- Wilayah barat : Berbatasan dengan persawahan desa Karangtengah

Perum pantura regency merupakan perumahan dengan sasaran konsumen menengah kebawah. Hal ini dilakukan guna mewujudkan program pemerintah yaitu 1 juta rumah rakyat. Perum Pantura Regency yang berada di daerah kawasan bisnis harus selalu melakukan daya saing dengan kompetitor lain salah satunya dengan terus menerus meningkatkan pelayanan serta manajemen yang baik. Perum Pantura regency memiliki visi yang sangat baik yaitu “rumah layak, masyarakat sejahtera”.

Begitupun dengan misi yang diusung oleh perum Pantura Regency yaitu:

1. Pelayanan yang memuaskan
2. Sumber daya manusia yang profesional
3. Fasilitas yang mudah dan memadai

4. Kualitas yang unggul

Dengan visi dan misi di atas diharapkan perum Pantura Regency bisa terus menerus mengevaluasi untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen. Disisi lain untuk meningkatkan dan mengembangkan perum Pantura Regency diperlukan sumber daya manusia yang profesional, berikut struktur kepengurusan dari perum Panturan Regency Kaliwungu:

- | | |
|------------------------------|---|
| 1. Direktur | : Bapak Agus ismail |
| 2. Asisten Direktur I | : Bapak Harsono |
| 3. Asisten Direktur II | : Ibu Nur Sa’adah |
| 4. Staff marketing | : Bapak Nanda Bagus |
| 5. Staff administrasi | : Ibu Byanca Putri
Ibu Nur Septi |
| 6. Staff koordinasi lapangan | : Bapak Imam Najmudin |
| 7. Staff kontraktor | : Bapak Agus Kurniawan
Bapak Kisman
Bapak Kumaidi |

Di atas merupakan susunan kepengurusan dari perum Pantura Regency Kaliwungu, staff kepengurusan dari perum Pantura Regency yang profesional diharapkan dapat membantu mengembangkan dan meningkatkan daya saing dari perumahan tersebut. Selain dengan SDM yang profesional dalam mengembangkan perum Pantura Regency Kaliwungu juga ditunjang dengan fasilitas, baik dari fasilitas eksternal ataupun fasilitas internal perumahan yang sangat memadai.

Berikut fasilitas internal yang dimiliki oleh perum Pantura Regency Kaliwungu yaitu: taman bermain yang luas, lapangan olah raga, tempat beribadah, ruang taman hijau yang luas. Dan untuk fasilitas eksternal yaitu : dekat dengan jalan raya, dekat dengan pasar, dekat dengan sekolahan, dekat dengan rumah sakit, dengan sarana transportasi dan lain-lain.

B. Proses Implementasi TQM dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu

Kebutuhan akan rumah merupakan salah satu kebutuhan dasar (*home needs*) bagi manusia setelah sandang dan pangan. Setiap individu manusia akan mengutamakan pemenuhan kebutuhan dasar daripada kebutuhan sekundernya, permintaan rumah dipengaruhi oleh faktor-faktor diantaranya adalah lokasi atau pertumbuhan penduduk, pendapatan, kemudahan pendanaan, fasilitas, pelayanan dan sarana umum, oleh karena itu Perum Pantura Regency Kaliwungu melakukan perbaikan dalam hal pengelolaan perusahaannya agar mampu bersaing secara maksimal dalam penjualan perumahan khususnya di daerah Kaliwungu dan sekitarnya agar nantinya Perum Pantura Regency Kaliwungu dapat terjual secara maksimal. Manajemen perum Pantura Regency Kaliwungu melakukan dan melaksanakan TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu. Beberapa pola TQM yang dikembangkan antara lain:

1. Kepemimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu

Kepemimpinan merupakan kemampuan meyakinkan dan menggerakkan orang lain agar mau bekerja sama di bawah kepemimpinannya sebagai suatu tim untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Proses mempengaruhi akan tercapai manakala personal perusahaan melakukan kerjasama secara sinergi sebagai sebuah sistem yang kokoh untuk menguatkan kondisi lingkungan internal perusahaan, sehingga dapat hidup dan bersinergi dalam pengelolaan dan penjualan Perum Pantura Regency Kaliwungu. Pimpinan perusahaan mempunyai peran untuk menganalisa secara tepat berbagai kondisi lingkungan internal maupun eksternal. Sehingga bisa melahirkan strategi yang tepat untuk membawa Perum Pantura Regency Kaliwungu menjadi perumahan harapan masyarakat.⁶²

Pimpinan merupakan aktor utama dalam pengembangan Perum Pantura Regency Kaliwungu dan merupakan figur yang memiliki kemampuan dan integritas profesional. Pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu merupakan manajer yang bertanggungjawab atas pengelolaan semua kegiatan perencanaan, pengelolaan, penjualan dan pengawasan Perum Pantura Regency Kaliwungu berdasarkan kebijakan yang telah ditetapkan dengan mengacu pada visi

⁶² Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

dan misi Perum Pantura Regency Kaliwungu. Sedangkan karyawan merupakan seorang yang bekerja berdasarkan pola kinerja profesional yang disepakati dengan tujuan memberi kemudahan dan mendukung keberhasilan Perum Pantura Regency Kaliwungu.⁶³

Jajaran struktur organisasi Perum Pantura Regency Kaliwungu antara lain:⁶⁴

a. Pimpinan (Direktur)

Direktur (pimpinan) adalah pimpinan tertinggi dalam perusahaan, semua keputusan dan ketentuan adalah wewenangnya. Tugas dan tanggung jawab direktur utama yaitu :

- 1) Bertanggung jawab untuk merencanakan, mengarahkan dan menetapkan tujuan rencana dan program kerja perusahaan serta strategi yang searah dengan tujuan dan kebijaksanaan umum yang telah ditentukan.
- 2) Bertanggung jawab mengkoordinir dan mengawasi segala kegiatan unit dan divisi perusahaan.
- 3) Merangkap sebagai penanggung jawab pada staf pemasaran, bertanggung jawab dalam mengatur kegiatan promosi dan advertising.

⁶³ Wawancara dengan Byanca Putri, pimpinan administrasi Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 13 April 2018.

⁶⁴ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

4) Direktur utama membawahi manajer pemasaran.

Manajer pemasaran dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh stafnya yaitu: (a) supervisor, (b) sales eksekutif, (c) administrasi piutang, (d) administrasi pemasaran dan (e) administrasi Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Adapun tugas masing-masing yaitu:

a) Manajer Pemasaran

- (1) Bertugas mengkoordinir seluruh kegiatan divisi agar mendapatkan keuntungan yang maksimal.
- (2) Bertugas mengadakan periklanan atau pameran guna menunjang kelancaran pemasaran serta membantu pengurusan bagi pembeli yang ingin menggunakan fasilitas KPR.

b) Supervisor

Bertugas mengawasi dan membantu seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sales eksekutif serta memotivasi mereka agar lebih giat dalam memasarkan rumah.

c) *Sales*

Sales mempunyai peranan yang sangat penting bagi perusahaan, oleh karenanya *sales* harus luwes, cakap dalam tutur kata dan dapat

dengan jelas memberikan informasi tentang perumahan yang dibutuhkan oleh calon pembeli.

d) Administrasi Piutang

Bertugas mengurus uang muka yang diberikan konsumen, tanggal jatuh tempo serta pinalti dari kredit.

e) Administrasi Pemasaran

Bertugas membuat laporan-laporan penjualan dan berhubungan dengan notaris untuk order persiapan akad kredit konsumen.

f) Admistrasi KPR

Bertugas menerima data-data KPR dari konsumen atau *sales* dan memeriksa data-data tersebut.

b. Asisten Direktur I

Asisten Direktur I yang merupakan penanggung jawab dari seluruh kegiatan di lapangan baik teknik maupun operasionalnya. Tugas dan tanggung jawab pimpinan proyek yaitu:

1) Bertugas meneliti dan mengawasi anggaran biaya yang dikeluarkan suatu pekerjaan untuk suatu pembangunan sebelum pelaksanaan dimulai.

Pengecekan tersebut dilaksanakan guna menghindari anggaran atau biaya yang berlebihan yang digunakan tidak pada tempatnya.

2) Bertanggung jawab pada direktur utama.

Pimpinan proyek dalam melaksanakan tugas-tugasnya dibantu oleh : (a) *Site Manager*, (b) Staf Perencanaan, (c) Staf Pelaksana Proyek, (d) Staf Administrasi Proyek, (e) Staf Gudang.

a) *Site Manager*

(1) Bertugas mengawasi seluruh kegiatan stafnya dalam menangani pekerjaan seperti persediaan material, gambar-gambar dan pelaksanaannya di lapangan.

(2) *Site Manager* bertanggung jawab pada pimpinan proyek.

b) Staf Perencanaan

Staf Perencanaan bertugas merencanakan pembangunan berdasarkan kepada instruksi pimpinan proyek. Penataan lahan, jumlah dan pembagian kavling serta model atau desain rumahnya dituangkan ke dalam gambar dan diajukan kepada *Site Manager* dan Manajer Administrasi Pemasaran.

c) Staf Pelaksana Proyek

Staf pelaksana proyek mempunyai tanggung jawab dalam hal menerima gambar dari staf perencanaan, kemudian memulai pembangunan rumah tersebut.

d) Staf Administrasi Proyek

Bertugas menentukan besar kecilnya pembayaran yang diterima oleh para pekerja berdasarkan persentasi yang dihasilkan dan mencatat pengeluaran perusahaan yang berhubungan dengan proyek lapangan.

e) Staf Gudang

Bertugas mengawasi dan mencatat persediaan material bahan bangunan yang tersedia dan yang telah dipakai.

c. Asisten Direktur II

Asisten Direktur II yang bertugas mengawasi seluruh kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan keuangan maupun kepegawaian. Dalam melaksanakan tugasnya Pimpinan administrasi dan keuangan dibantu oleh para stafnya yaitu : (a) Sekretariat, (b) Staf Perijinan (*Legal*), (c) Staf *Accounting*, (d) Staf Keuangan, (e) Staf Kasir.

1) Sekretariat

Bertugas menangani HRD atau personalia, membuat data karyawan, menangani surat-surat direksi, surat masuk dan surat keluar.

2) Staf Perijinan

Bertugas menangani pengurusan surat-surat ijin yang berhubungan dengan Badan Pertanahan Negara (BPN).

3) Staf *Accounting*

Bertugas meneliti dan mengawasi mengenai masuknya materi dalam bentuk biaya atau pemakaian material dan perlengkapan lain yang dipergunakan untuk keperluan perusahaan.

4) Staf Keuangan

Bertugas mengatur dan menentukan tanggal jatuh tempo pembayaran kepada penyalur barang dan kegiatan bank serta mengatur dan meneliti penagihan-penagihan kepada pembeli sesuai kontrak.

5) Staf Kasir

Bertugas untuk membayar kepada penyalur bahan bangunan dan membayar kepada kontraktor atas persetujuan dari staf keuangan.

Dalam proses pengambilan keputusan pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu mengimplementasikan proses *bottom-up* secara demokratis, sehingga semua pihak memiliki tanggung jawab terhadap keputusan yang diambil beserta pelaksanaannya. Dalam hal ini pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu selalu melibatkan seluruh komponen perusahaan, namun dalam hal-hal tertentu hanya

struktur kepengurusan tertentu dan perwakilan karyawan yang diikutsertakan dalam pengambilan keputusan sebagai kebijakan akhir untuk pengelolaan dan pengembangan Perum Pantura Regency Kaliwungu.⁶⁵

Dalam rangka implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu maka pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu menentukan kebijakan perusahaan dengan tujuan merealisasi tujuan yang telah ditetapkan serta sasaran yang diharapkan sekaligus mengatur mekanisme tindakan lanjutan untuk pelaksanaan pencapaian tujuan dan sasaran tersebut. Adapun kebijakan pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu tersebut adalah sebagai berikut:

a. Pembinaan rutin staf dan karyawan

Keutuhan dan keharmonisan hubungan antara staf dan karyawan (bangunan) sebagai penyangga utama suatu Perum Pantura Regency Kaliwungu mutlak diupayakan. Disiplin, konsistensi dan dedikasi tinggi merupakan modal pokok suatu Perum Pantura Regency Kaliwungu untuk dapat maju dan berhasil. Pembinaan rutin diharapkan dapat membangkitkan, minimal memelihara iklim kerja yang pada gilirannya dapat membawa tujuan dan sasaran Perum Pantura Regency Kaliwungu menjadi kenyataan, sehingga peningkatan mutu Perum Pantura

⁶⁵ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura

Regency Kaliwungu dapat terwujud.⁶⁶

b. Peningkatan SDM ketenagaan

Untuk menjawab permasalahan pengembangan perumahan yang semakin pesat dan daya saing yang tinggi tersebut salah satu yang harus dipenuhi adalah peningkatan sumber daya ketenagaan / staf perusahaan. Oleh karena itu peningkatan SDM mendapat prioritas utama melalui:

- 1) Peningkatan jenjang perusahaan formal seperti; S1, S2 bagi staf yang mengurus bidang administrasi perumahan
- 2) Pengalaman kerja bagi mandor dan tukang bangunan

c. Memaksimalkan peran staf dan karyawan

Pengembangan Perum Pantura Regency Kaliwungu sangat tergantung pada efektifitas pembagian tugas yang dilakukan. Setiap jabatan memiliki tanggung jawab dan kewenangan sesuai dengan tingkat pekerjaannya masing-masing. Kesesuaian antara tugas yang harus dijalankan dengan kompetensi yang dimiliki masing-masing SDM sangat menentukan dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Optimalisasi fungsi pimpinan, staf dan karyawan dan lain-lain sesuai kewenangannya akan mengurangi kesenjangan antara

Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

⁶⁶ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

tujuan dengan kondisi riil.⁶⁷

d. Pengembangan kualitas bangunan

Kualitas bangunan menjadi salah hal pokok dalam mengembangkan Perum Pantura Regency Kaliwungu, kualitas bangunan mulai pasiar, semen dan bahan lainnya menjadi dasar pembeli dalam memilih perumahan yang di beli, sehingga setiap bahan yang digunakan oleh karyawan menjadi pantauan pimpinan sehingga tidak ada kualitas bangunan diluar kesepakatan pimpinan.⁶⁸

e. Kebijakan *Link and Match*

Kebijakan ini sudah digulirkan sebagai upaya peningkatan mutu Perum Pantura Regency Kaliwungu. Namun dampak dari kebijakan ini hasilnya masih belum optimal, karena program-program yang diselenggarakan belum menyentuh komponen yang mendasar. Oleh karena itu TQM mempunyai peran penting dalam penataan dan pengorganisasian yang matang sehingga komponen dasar tersebut bisa tersentuh. Untuk meningkatkan hasil dari kebijakan ini perlu ditingkatkan dan ditata kembali bidang, target dan kualitas perumahan, sesuai dengan potensi dan kondisi pangsa pasar yang

⁶⁷ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

⁶⁸ Wawancara dengan Imam Najmudin, pimpinan proyek Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 19 April 2018.

ada.⁶⁹

f. Penyediaan sarana prasarana

Sarana prasarana yang memadai akan memberikan kontribusi yang besar terhadap keberhasilan Perum Pantura Regency Kaliwungu. Oleh karena itu penyediaan kantor pemasaran, peralatan bangunan yang komplit dan tempat istirahat karyawan (*bedeng*), alat menjadi prioritas utama. Oleh karena itu pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu melalui penerapan manajemen TQM telah menyediakan dan menentukan aspek sarana dan prasarana tersebut. Adapun aspek sarana prasarana yang dimaksud meliputi:

- 1) Menyediakan kantor yang reperentatif baik bagi karyawan dan calon pembeli
- 2) Tempat istirahat karyawan yang maksimal
- 3) Peralatan bangunan yang maksimal.⁷⁰

g. Pengembangan jaringan perusahaan (*perusahaan networking*)

Membangun dan mengelola kemitraan yang produktif baik kemitraan yang bersifat pribadi maupun kemitraan yang bersifat organisasi sangat penting untuk dilakukan. Suatu organisasi atau institusi perusahaan

⁶⁹ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

⁷⁰ Wawancara dengan Imam Najmudin, pimpinan proyek Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 19 April 2018.

mustahil dapat besar tanpa orang lain. Tolok ukur keberhasilan organisasi ini dapat dilihat dari seberapa jauh *networking* yang telah dibangun dengan pihak lain.⁷¹

Membangun jaringan dengan pihak eksternal perusahaan, terlebih kepada penyandang dana (pihak Bank), pihak mandor karyawan dan persewaan alat bangunan akan menjadi sangat urgen ketika dibutuhkan suatu sikap yang produktif, memiliki komitmen, motivasi yang tinggi untuk mendukung tujuan dan target yang sudah dicanangkan. Dalam rangka kerja sama dengan pelanggan baik eksternal maupun internal ini Perum Pantura Regency Kaliwungu telah menjalin kerja sama dalam rangka pengembangan jaringan Perum Pantura Regency Kaliwungu (*madrasah networking*).⁷²

2. Perbaikan Secara Terus Menerus

Pihak Perum Pantura Regency Kaliwungu senantiasa melakukan berbagai perbaikan dan peningkatan secara terus menerus untuk menjamin semua komponen penyelenggara perusahaan telah mencapai standar mutu yang ditetapkan. Program adalah upaya untuk mencapai target yang telah ditetapkan dengan memanfaatkan secara optimal semua kekuatan, peluang dan potensi yang dimiliki Perum Pantura

⁷¹ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

⁷² Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

Regency Kaliwungu, termasuk potensi eksternal yang mendukung. Untuk mewujudkan semua itu Perum Pantura Regency Kaliwungu membuat program strategi dengan bersandar pada prinsip-prinsip TQM dalam rangka penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.⁷³

Perbaikan dilakukan oleh Perum Pantura Regency Kaliwungu secara terus menerus baik dalam segi administrasi, pengerjaan perumahan, kualitas bangunan, pelayanan pada pelanggan, ketepatan waktu maupun desain rumah sehingga mampu menarik pelanggan sebanyak-banyaknya.⁷⁴

Harga rumah yang terjangkau, tipe rumah, pembayaran kredit FLPP yang mudah, kemudahan alat transportasi, letak yang strategis, tersedianya air atau PDAM, tersedianya listrik, terjaminnya keamanan, tersedianya fasilitas pendukung lainnya seperti taman dan lapangan serba guna menjadi prioritas Perum Pantura Regency Kaliwungu untuk diperbaiki secara terus menerus.⁷⁵

Perum Pantura Regency Kaliwungu juga melakukan perbaikan dalam strategi pemasaran Perum Pantura Regency Kaliwungu. Strategi Pemasaran memainkan peran yang

⁷³ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

⁷⁴ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

⁷⁵ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018

sangat penting dalam membantu kesuksesan maka dari Perum Pantura Regency Kaliwungu lebih agresif melakukan kegiatan promosi yang akan dijalankan agar dapat meningkatkan nilai penjualan. Meningkatnya kepentingan tentang kepuasan konsumen dan tantangan persaingan global menuntut efektivitas strategi promosi pemasaran untuk mempertahankan dan mengembangkan keunggulan bersaing suatu perusahaan.⁷⁶

Strategi promosi Perum Pantura Regency Kaliwungu dalam rangka meningkatkan penjualan dan kegiatan promosi juga menggabungkan berbagai elemen menjadi suatu program terpadu untuk berkomunikasi dengan para pembeli dan orang lain yang mempengaruhi keputusan pembeli. Promosi dilakukan melalui pendekatan fast to fast, promosi melalui kualitas bangunan, fasilitas yang lengkap, proses pembiayaan atau kredit FLPP yang mudah yang telah dirasakan konsumen yang telah membeli menjadi promosi yang paling efektif untuk mengajak konsumen lain, selain juga perlu adanya promosi iklan poster, membuka stand di mall, supermarket atau event tertentu dengan pola promosi yang menarik.⁷⁷

Perbaikan proses yang berkelanjutan juga dilakukan Perum Pantura Regency Kaliwungu dengan menyusun

⁷⁶ Wawancara dengan Byanca Putri, pimpinan administrasi Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 13 April 2018.

⁷⁷ Wawancara dengan Byanca Putri, pimpinan administrasi Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 13 April 2018.

program secara jelas. Secara aplikatif, Perum Pantura Regency Kaliwungu membuat rencana strategis jangka pendek, menengah, dan panjang yang berkesinambungan. Hasil kerja mereka akan dipantau dan dievaluasi secara berkala. Selain itu, untuk mencapai proses kegiatan yang maksimal, perlu ditumbuhkan rasa kerja sama satu tim. Perum Pantura Regency Kaliwungu telah membuat struktur organisasi yang lengkap, budaya kerja sama di antara anggota, komunikasi lancar antara anggota. Pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu melakukan audit internal dan eksternal, adanya pengawasan proses dan perbaikan secara berkala, dan adanya evaluasi berkala. Cara ini ditempuh demi tercapainya program yang dicanangkan oleh Perum Pantura Regency Kaliwungu.⁷⁸

3. Menentukan Standar Mutu

Perum Pantura Regency Kaliwungu menetapkan standar-standar mutu dari semua komponen yang bekerja dalam proses transformasi perusahaan, standar tersebut antara lain:

a. Kualitas Bangunan

Sebagai developer property, wajib bagi Perum Pantura Regency Kaliwungu untuk menyediakan rumah dengan menggunakan material yang berkualitas agar tidak termasuk dalam kategori penipuan terhadap konsumen.

⁷⁸ Wawancara dengan Byanca Putri, pimpinan administrasi Perum Pantura

Karena bangunan yang baik akan memberikan dampak yang besar terhadap minat konsumen untuk membeli rumah di Perum Pantura Regency Kaliwungu karena merasa aman dari penipuan.⁷⁹

b. Lokasi

Lokasi perumahan akan menjadi pertimbangan bagi calon konsumen dalam menentukan pemilihan rumah karena lokasi sangat erat hubungannya dengan akses ke tempat-tempat yang diinginkan seseorang untuk melakukan aktifitasnya tanpa merasa kesulitan. Perum Pantura Regency Kaliwungu memiliki lokasi yang cukup strategis yakni dekat dengan pusat Kota Kaliwungu dimana dalam pusat kota Kaliwungu juga terdapat pusat bisnis, pemerintahan, hiburan, dan lain-lain. Lokasi-lokasi tersebut akan menjadi nilai lebih untuk para calon konsumen yang akan memilih tempat tinggal disini.⁸⁰

c. Harga

Harga adalah komponen penting yang akan dipertimbangkan oleh para calon konsumen untuk menentukan pilihannya dalam membeli rumah. Namun, harga yang ditawarkan oleh Perum Pantura Regency Kaliwungu cukup terjangkau dengan proses pembiayaan

Regency Kaliwungu, pada tanggal 13 April 2018.

⁷⁹ Wawancara dengan Imam Najmudin, pimpinan proyek Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 19 April 2018.

⁸⁰ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

yang mudah dan ringan. Harga yang diberikan kepada konsumen adalah harga penawaran tertinggi dari pihak Perum Pantura Regency Kaliwungu sehingga konsumen diperkenankan untuk menawar harga tersebut untuk disepakati bersama dan akan dihitung kembali untuk angsurannya. Dalam menentukan harga, pihak Perum Pantura Regency Kaliwungu menghitung biaya-biaya yang dikeluarkan untuk membangun rumah tersebut seperti biaya material, biaya kuli bangunan, biaya pembelian tanah hingga memasukkan jumlah laba atau margin yang diinginkan.⁸¹

d. Pelayanan

Pelayanan adalah standar yang paling utama untuk memikat konsumen agar para calon konsumen tersebut merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang baik akan membentuk trust dan kenyamanan pada calon konsumen. Jika calon konsumen sudah percaya dan merasa nyaman kepada Perum Pantura Regency Kaliwungu maka potensi untuk membeli unit rumah di Perum Pantura Regency Kaliwungu sangat tinggi. Meskipun Perum Pantura Regency Kaliwungu memiliki lokasi yang strategis, kualitas yang bagus, harga sangat miring tapi jika pelayanan yang diberikan itu dinilai kurang baik, maka konsumen akan berfikir ulang

⁸¹ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura

untuk membeli rumah disitu karena brand image sangat diperlukan. Jadi para marketing harus bisa menempatkan konsumen selayaknya raja.⁸²

4. Perubahan Kultur

Pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu membentuk budaya organisasi yang menghargai mutu dan menjadikan mutu sebagai orientasi semua komponen organisasional. Pihak pimpinan berusaha membangun kesadaran para anggotanya untuk bekerja dengan baik dengan mengedepankan komunikasi yang maksimal dengan staf dan karyawan.⁸³

Komunikasi dalam program peningkatan mutu Perum Pantura Regency Kaliwungu mempunyai peran yang penting untuk menyampaikan komitmen terhadap program dan kebijakan peningkatan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu. Komunikasi dapat berlangsung secara lancar apabila terdapat kesejajaran antara kedua belah pihak karena setiap manusia memiliki kekurangan dan kelebihan. Sehingga kekurangan yang satu dapat ditutupi oleh kelebihan yang lain. Demikian juga hubungan pimpinan dengan staf dan karyawan, karyawan dilandasi sikap ramah, santun dan kesejajaran antara kedua belah pihak karena staf

Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

⁸² Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

⁸³ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

dan karyawan dianggap rekan kerja atau partner pimpinan meskipun keputusan terakhir ada pada pimpinan. Sikap santun dan ramah yang dilakukan pimpinan kepada staf dan karyawan mengandung suatu ajakan dan atau harapan seorang pemimpin kepada tenaga perusahaan untuk mengadakan komunikasi secara imbal balik atau dua arah.⁸⁴

Keterlibatan total (*total involvement*) pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu memberikan keleluasaan berpikir dan berkarya kepada staf dan karyawan. Hal ini dapat membuat komunikasi pimpinan dan karyawan berlangsung lancar. Karyawan pun merasa nyaman dalam bekerja tanpa tekanan dan paksaan sehingga tumbuh kesadaran akan tanggung jawab dalam diri karyawan. Untuk mencapai keterlibatan total seluruh komponen Perum Pantura Regency Kaliwungu, baik pimpinan, staf maupun karyawan, staf dapat memberikan saran konstruktif kepada pimpinan agar semangat kerja tetap terjaga. Posisi karyawan bukan bawahan melainkan mitra kerja sehingga seluruh karyawan bekerja saling bahu-membahu untuk mencapai kualitas yang diinginkan. Karyawan pun dapat bekerja secara proporsional sesuai bidangnya.⁸⁵

⁸⁴ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

⁸⁵ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

5. Perubahan Organisasi

Perum Pantura Regency Kaliwungu dalam mengelola organisasinya juga mengikuti perkembangan perubahan kebutuhan organisasi, dimana setiap pimpinan dan staf dapat berubah wewenangnya sesuai kondisi. Pimpinan proyek dalam satu hal dapat menjadi mengambil keputusan utama dalam urusan desain dan pimpinan utama tidak bisa menganulir karena pimpinan proyek lebih banyak tahu tentang perkembangan desain dan kualitas bangunan, sehingga pimpinan utama terkadang berada di bawah pimpinan proyek dalam melaksanakan instruksi perbaikan dalam rangka meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.⁸⁶

6. Mempertahankan Hubungan dengan Pelanggan

Perum Pantura Regency Kaliwungu menghendaki kepuasan pelanggan, maka perlunya mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan menjadi sangat penting. Dan inilah yang dikembangkan dalam unit *public relations*. Berbagai informasi antara pihak Perum Pantura Regency Kaliwungu dan pelanggan harus terus menerus dipertukarkan, agar Perum Pantura Regency Kaliwungu senantiasa dapat melakukan perubahan-perubahan atau improvisasi yang diperlukan, terutama berdasarkan perubahan sifat dan pola

⁸⁶ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

tuntutan serta kebutuhan pelanggan.⁸⁷

Pelayanan merupakan hal terpenting bagi Perum Pantura Regency Kaliwungu untuk mempertahankan hubungan dengan pelanggan, pelayanan pelanggan atau konsumen dilakukan dengan memberikan kualitas dari Perum Pantura Regency Kaliwungu yang dapat dipertanggung jawabkan dan mempunyai daya saing dengan sistem pelayanan karyawan yang ramah dan tempat yang nyaman. Pihak pimpinan juga melakukan pelayanan yang baik pada karyawan dilakukan dengan memberikan gaji tepat waktu, memberikan bonus dan melakukan sistem kekeluargaan dengan karyawan sehingga mereka akan semangat untuk bekerja dan memiliki tanggung jawab terhadap Perum Pantura Regency Kaliwungu yang pada akhirnya mewujudkan pelayanan yang baik pada konsumen dan akan terbentuk kepuasan dari konsumen terhadap Perum Pantura Regency Kaliwungu.⁸⁸

Biasanya pengunjung yang sekedar melihat-lihat Perum Pantura Regency Kaliwungu beberapa hari lagi akan kembali ke Perum Pantura Regency Kaliwungu untuk mengambil Perum Pantura Regency Kaliwungu. Bukan hanya itu, pelanggan Perum Pantura Regency Kaliwungu juga

⁸⁷ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

⁸⁸ Wawancara dengan Byanca Putri, pimpinan administrasi Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 13 April 2018.

diperkenankan melakukan kunjungan, pengamatan, penilaian dan pemberian masukan kepada perusahaan. Semua masukan itu selanjutnya akan diolah dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan mutu proses dan hasil-hasil kerja Perum Pantura Regency Kaliwungu.⁸⁹

Strategi secara umum dalam Perum Pantura Regency Kaliwungu dalam mempertahankan hubungan dengan pelanggan selalu melakukan riset pemasaran untuk menentukan analisis. Ketransparanan dalam proses pembelian dan angsuran. Perum Pantura Regency Kaliwungu juga menerima saran atau kritik yang nantinya dapat membangun lagi agar menjadi lebih baik.⁹⁰

Selain itu transparansi di Perum Pantura Regency Kaliwungu sangat penting untuk menunjang kinerja Perum Pantura Regency Kaliwungu itu sendiri, ketransparansian itu dalam hal harga, pengurusan dan pembiayaan FLPP. Mutu produk Perum Pantura Regency Kaliwungu semakin ditingkatkan agar konsumen merasa puas dengan produk yang dihasilkan Perum Pantura Regency Kaliwungu dimana pelanggan merupakan aset penting bagi Perum Pantura Regency Kaliwungu. Orientasi kepada pelanggan berarti Perum Pantura Regency Kaliwungu berusaha memenuhi

⁸⁹ Wawancara dengan Byanca Putri, pimpinan administrasi Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 13 April 2018.

⁹⁰ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

keinginan pelanggan sesuai dengan kualifikasi produk yang diinginkan. Perum Pantura Regency Kaliwungu juga menerapkan komitmen khusus dan umum kepada pelanggan. Komitmen khusus yang diterapkan adalah mengenai kesejahteraan staf dan karyawan. Komitmen umum adalah berusaha meningkatkan kualitas Perum Pantura Regency Kaliwungu.⁹¹

Orientasi kepada pelanggan berarti Perum Pantura Regency Kaliwungu berusaha memenuhi keinginan pelanggan sesuai dengan kualifikasi produk yang diinginkan. Hubungan yang baik dengan pelanggan dapat diperoleh dengan cara kerjasama yang diperkuat dengan rasa saling percaya serta memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh pelanggan. Selain itu pelayanan tepat waktu seperti yang disepakati dengan pelanggan. Ketepatan waktu penyelesaian pengerjaan rumah dan pembiayaan FLPP menjadi hal yang diperhatikan Perum Pantura Regency Kaliwungu.⁹²

⁹¹ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

⁹² Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi TQM dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu

1. Faktor Pendukung Implementasi TQM dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu

Ada beberapa faktor yang mendukung dalam implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Adanya kerja sama dari jajaran organisasi Perum Pantura Regency Kaliwungu secara terpadu.
- b. Adanya kesiapan pihak Perum Pantura Regency Kaliwungu dalam merespon setiap perubahan dan keinginan pelanggan.
- c. Pimpinan yang demokratis mampu menjadikan semua pihak di Perum Pantura Regency Kaliwungu bekerja dengan senang hati.
- d. Kinerja staf dan karyawan yang dihargai baik dengan sikap dan finansial menjadikan kenaikan penjualan terjadi karena semakin bagusnya kinerja semua unsur organisasi.
- e. Setiap staf dan karyawan melayani pelanggan dengan baik.⁹³

⁹³ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

2. Faktor Penghambat Implementasi TQM dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu

Ada beberapa faktor yang menghambat implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Adanya sebagian komponen Perum Pantura Regency Kaliwungu yang terlalu cepat puas dengan hasil yang dicapai. Bila hal ini ditindaklanjuti dan diikuti seluruh komponen sekolah dengan sikap yang salah yakni merasa puas dengan apa yang sudah didapat, maka bisa menyebabkan gagalnya transformasi mutu tersebut.
- b. Rendahnya disiplin kerja yang menghambat produktivitas perusahaan.
- c. Pengaruh sumber daya manusia dalam melakukan proses produksi.
- d. Keterbatasan sumber daya (dana, keahlian, teknologi) menjadi kendala untuk melayani semua segmen pasar yang telah diidentifikasi sebelumnya.
- e. Perubahan kondisi ekonomi dan politik Perusahaan harus menyusun rencana pemasaran yang fleksibel terhadap

perubahan yang terjadi yang diwujudkan dengan penyusunan rencana pemasaran dalam jangka pendek.⁹⁴

⁹⁴ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

BAB IV

ANALISIS IMPLEMENTASI TQM DALAM

MENINGKATKAN PENJUALAN PERUMAHAN PADA

PERUM PANTURA REGENCY KALIWUNGU

A. Analisis Proses Implementasi TQM dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu

Perum Pantura Regency Kaliwungu dengan kelengkapan fasilitas yang dimilikinya selalu mengoptimalkan dalam melakukan perubahan dan peningkatan pengelolaan dengan berorientasi pada mutu. Perubahan dan peningkatan ini selalu dilakukan dalam ranah peningkatan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu. Berikut adalah daftar penjualan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu :

Tabel 2
Daftar Penjualan Perum Pantura Regency Kaliwungu

No	Nama Proyek	Tahun	Jumlah Unit
1	Perum Pantura Regency 1 Sarirejo	2012	40 unit
2	Perum Pantura Regency 2 Sarirejo	2013	60 unit
3	Perum Pantura Regency 3 Sarirejo	2014	75 unit

4	Perum Pantura Regency 1 Karangtengah	2014	76 unit
5	Perum Pantura Regency 2 Karangtengah	2015	175 unit
6	Perum Pantura Regency 3 Karangtengah	2016	125 unit
7	Perum Pantura Regency 1 Krajankulon	2016	302 unit
8	Perum Pantura Regency 2 Krajankulon	2017	338 unit
	Total		1191 unit

Sumber : Manajemen Perum Pantura Regency Kaliwungu

Dari data penjualan diatas dapat dilihat terjadi fluktuatif dalam penjualan. Hal ini dikarenakan pada tahun-tahun awal Perum Pantura Regency belum menggunakan TQM, ini mengakibatkan terjadinya permasalahan dalam bidang administrasi, pelayan pelanggan pelanggan dan penjualan perumahan.⁹⁵ Kehadiran Total Quality Manajemen (TQM) merupakan tuntutan mutlak yang harus dijadikan alternatif untuk meningkatkan pengelolaan di Perum Pantura Regency Kaliwungu. Manajemen perum Pantura Regency Kaliwungu memulai melakukan dan melaksanakan TQM pada tahun 2014, hal ini

mengakibatkan terjadinya peningkatan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.⁹⁵ Berikut adalah beberapa pola TQM yang dikembangkan dalam Perum Pantura Regency Kaliwungu antara lain:

1. Kepemimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu

Kepemimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu secara umum merupakan faktor penting dalam setiap keputusan pengelolaan perusahaan, pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu merupakan manajer yang bertanggungjawab atas pengelolaan semua kegiatan perencanaan, pengelolaan, penjualan dan pengawasan Perum Pantura Regency Kaliwungu berdasarkan kebijakan yang telah ditetapkan dengan mengacu pada visi dan misi Perum Pantura Regency Kaliwungu. Sedangkan karyawan dan staf merupakan seorang yang bekerja berdasarkan pola kinerja profesional yang disepakati dengan tujuan memberi kemudahan dan mendukung keberhasilan Perum Pantura Regency Kaliwungu.

Pola kepemimpinan di Perum Pantura Regency Kaliwungu sesuai dengan pendapat Daan Sugandha bahwa kepemimpinan merupakan proses mempengaruhi kegiatan kelompok yang terorganisasikan dalam usaha menentukan

⁹⁵ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

⁹⁶ Wawancara dengan Agus Ismail, pimpinan utama Perum Pantura Regency Kaliwungu, pada tanggal 10 April 2018.

tujuan dan mencapainya (*the process of influencing the activities of an organized group in its efforts towards goal setting and achievement*).⁹⁷

Kepemimpinan yang dilakukan oleh direktur utama Perum Pantura Regency Kaliwungu pada dasarnya adalah kemampuan untuk mempengaruhi (*influencing*) dan membujuk (*inducing*) orang lain untuk melakukan hal-hal yang diperlukan dalam rangka mencapai sasaran yang diinginkan. Pemimpin yang efektif harus memenuhi bagaimana cara membangkitkan inspirasi dan semangat serta bagaimana dapat melakukan relasi yang baik kepada pengikutnya. Kedua, kepemimpinan merupakan proses, maka pemimpin harus melakukan beberapa aktifitas. Meskipun posisi diformalkan mungkin sangat mendorong proses kepemimpinan tapi jika hanya sekedar menduduki posisi tersebut tidak cukup membuat seseorang menjadi pemimpin. Ketiga, pemimpin harus mampu mempengaruhi dan membujuk orang lain mengambil langkah dan tindakan. Pemimpin harus tahu cara mempengaruhi dan membujuk para pengikutnya dengan beberapa pendekatan seperti menggunakan otoritas yang terlegitimasi menjadikan dirinya sebagai teladan atau pelopor penetapan sasaran dan tujuan

⁹⁷ Daan Sugandha, *Kepemimpinan di dalam Administrasi*, Bandung, CV Sinar Baru, 1981, h. 62.

yang menarik atau mengkomunikasikan sebuah visi.⁹⁸

Dalam proses pengambilan keputusan pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu mengimplementasikan proses *bottom-up* secara demokratis, sehingga semua pihak memiliki tanggung jawab terhadap keputusan yang diambil beserta pelaksanaannya. Dalam hal ini pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu selalu melibatkan seluruh komponen perusahaan, namun dalam hal-hal tertentu hanya struktur kepengurusan tertentu dan perwakilan karyawan yang diikutsertakan dalam pengambilan keputusan sebagai kebijakan akhir untuk pengelolaan dan pengembangan Perum Pantura Regency Kaliwungu.

Dilihat dari pola kepemimpinannya, pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu mengembangkan pola demokratis tetap diprioritaskan sebagai dasar utama pimpinan dalam memutuskan setiap kebijakan yang dibuat. Dengan mewujudkan ciri-ciri kepemimpinan ini, efektifitas dan efisiensi pemberdayaan potensi sumber daya manusia telah tercapai, kriteria dari pola kepemimpinan yang telah dijalankan pimpinan antara lain musyawarah, adil, memberikan kebebasan berfikir dan berpendapat, dan sebagainya.

Nuansa alam demokratis berdampak pula pada pola hubungan yang harmonis dan bersifat kekeluargaan di

⁹⁸ Arif Nadjih Anies ed., *Proyek Islam dalam Menghadapi Tantangan*

lingkungan Perum Pantura Regency Kaliwungu, kerjasama *team work yang solid* senantiasa mewarnai langkah-langkah dalam menjalankan setiap tugas dan kewajiban. Sehingga tercipta kekompakan dan hubungan yang dekat antara pimpinan (atasan) dan para karyawan.

Dalam rangka implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu maka pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu menentukan kebijakan perusahaan dengan tujuan merealisasi tujuan yang telah ditetapkan serta sasaran yang diharapkan sekaligus mengatur mekanisme tindakan lanjutan untuk pelaksanaan pencapaian tujuan dan sasaran tersebut. Adapun kebijakan pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu tersebut adalah sebagai berikut Pembinaan rutin staf dan karyawan, peningkatan SDM ketenagaan, memaksimalkan peran staf dan karyawan, pengembangan kualitas bangunan, kebijakan *link and match*, penyediaan sarana prasarana dan pengembangan jaringan perusahaan (perusahaan *networking*).

Pola kepemimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu dalam mengembangkan TQM menunjukkan pemimpin yang mempunyai sifat, kebiasaan, watak dan kepribadian sendiri dan khas sehingga tingkah laku dan gayanya membedakan dirinya dengan orang lain. Gaya atau

style hidup ini pasti akan mewarnai tipe dan perilaku kepemimpinannya. Adapun perilaku pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu sebagai pola atau gaya kepemimpinan menurut peneliti antara lain :

a. Memberikan perhatian kepada manusia

Pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu memfokuskan perhatiannya kepada hubungan-hubungan sosial yang terwujud dalam beberapa sifat yang mendasar yaitu:

- 1) Benar-benar memberikan perhatian kepada kebutuhan-kebutuhan staf dan karyawan
- 2) Memiliki kemauan yang keras untuk memperbaiki keadaan bawahannya
- 3) Mendengar usulan dan koreksi-koreksi bawahannya
- 4) Memberikan bantuan pribadi kepada bawahannya
- 5) Memberikan dukungan terhadap cita-cita dan ambisi bawahannya
- 6) Berinteraksi dengan baik dan adil
- 7) Memperhatikan ketenangan dan menjelaskan ketika terjadi problem dan musibah
- 8) Mengikutsertakan mereka dalam mengambil keputusan.⁹⁹

b. Memberikan perhatian kepada pekerjaan

Pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu

memfokuskan pada hasil dan pelaksanaan kerja dengan teliti dan sempurna dalam batas waktu yang telah ditentukan. Hal ini terwujud dalam beberapa sifat yaitu:

- 1) Menentukan tugas dengan cermat
- 2) Membagikan peran kepada orang lain dan melaksanakannya dengan jelas
- 3) Menentukan hal-hal yang diwajibkan, dibolehkan dan dilarang (prosedur dan kebijakan-kebijakan)
- 4) Tegas dalam menetapkan perintah
- 5) Mengoptimalkan kerja karyawan.¹⁰⁰

Dalam sudut pandang sosiologis, secara keseluruhan terdapat tiga tugas pokok pemimpin. Pertama; Memberikan suatu kerangka pokok yang jelas tentang upaya meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu dan dapat di jadikan pegangan bagi para bawahannya. Dengan adanya kerangka tersebut, maka dapat disusun suatu skala prioritas mengenai keputusan-keputusan yang perlu diambil guna menanggulangi persoalan yang dihadapi (yang sifatnya potensial atau nyata). Apabila timbul pertentangan, maka kerangka pokok tersebut dapat digunakan sebagai pedoman untuk menyelesaikannya. Kedua: Mengawasi, mengendalikan serta mengarahkan

⁹⁹ Suwaidan dan Basyarahil. *Melahirkan Pemimpin Masa Depan*. Jakarta : Gema Insani, 2005, h. 105.

¹⁰⁰ *Ibid.*

perilaku para pengikutnya. Ketiga; Bertindak sebagai wakil perusahaan kepada dunia luar.¹⁰¹

Kepemimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu pada implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu lebih menekankan kerja sama yang saling menghargai untuk mencapai target perusahaan dengan menekankan pada keikhlasan dan semangat terhadap tugas masing-masing yang terkoordinir sehingga setiap hasil dari pekerjaan yang dilakukan bermutu.

2. Perbaikan Secara Terus Menerus

Perbaikan yang dilakukan oleh Perum Pantura Regency Kaliwungu secara terus menerus baik dalam segi administrasi, pengerjaan perumahan, kualitas bangunan, pelayanan pada pelanggan, ketepatan waktu maupun desain rumah sehingga mampu menarik pelanggan sebanyak-banyaknya.

Harga rumah yang terjangkau, tipe rumah, pembayaran kredit FLPP yang mudah, kemudahan alat transportasi, letak yang strategis, tersedianya air atau PDAM, tersedianya listrik, terjaminnya keamanan, tersedianya fasilitas pendukung lainnya seperti taman dan lapangan serba guna menjadi prioritas Perum Pantura Regency Kaliwungu untuk diperbaiki secara terus menerus.

¹⁰¹ Soerjono Soekanto, *Sosiologi: Suatu Pengantar*, Jakarta: PT Raja

Menurut Hardjosoedarmo perbaikan mutu secara berkelanjutan dengan mengedepankan perbaikan kualitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam hal produk dan jasa yang sekaligus akan mengurangi biaya produksi, sehingga dapat meningkatkan produktivitas organisasi.¹⁰²

Selain Perum Pantura Regency Kaliwungu harus mempunyai kepemimpinan yang mutu, Perum Pantura Regency Kaliwungu juga harus mempunyai pendekatan dan kebijakan yang dirumuskan dengan baik dengan menekankan kualitas bangunan dan akses perumahan dan dilaksanakan dengan baik untuk perbaikan berkelanjutan dan berkesinambungan. Perbaikan ini bisa dilakukan dengan peningkatan segi administrasi, pengerjaan perumahan, kualitas bangunan, pelayanan pada pelanggan, ketepatan waktu maupun desain rumah sehingga mampu menarik pelanggan sebanyak-banyaknya.

Untuk mewujudkan perbaikan mutu yang berkelanjutan Perum Pantura Regency Kaliwungu dalam meningkatkan penjualan maka yang diperlukan adalah pimpinan yang tidak hanya berhasil, tetapi juga efektif, yaitu mampu memberikan pengaruhnya kepada semua komponen perusahaan yang ada, sehingga semua komponen tersebut bergerak ke arah tujuan secara sukarela dan senang tanpa merasa terpaksa. Peneguhan

Grafindo Persada, Cet. ke-37, 2004, h. 294.

¹⁰² Soewarso Hardjosoedarmo, *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi Offset, 2004, h. 1-3.

nilai-nilai dan harapan menuntut setiap orang memiliki komitmen dan keterlibatan personal.

Perum Pantura Regency Kaliwungu juga melakukan perbaikan dalam strategi dengan lebih agresif melakukan kegiatan promosi yang akan dijalankan agar dapat meningkatkan nilai penjualan. Strategi promosi Perum Pantura Regency Kaliwungu dalam rangka meningkatkan penjualan dan kegiatan promosi juga menggabungkan berbagai elemen menjadi suatu program terpadu untuk berkomunikasi dengan para pembeli dan orang lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Promosi yang dilakukan Perum Pantura Regency Kaliwungu dengan pendekatan *face to face*, promosi melalui kualitas bangunan, fasilitas yang lengkap, proses pembiayaan atau kredit FLPP yang mudah yang telah dirasakan konsumen yang telah membeli menjadi promosi yang paling efektif untuk mengajak konsumen lain menjadi sebuah komunikasi tersendiri yang efektif selama ini dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu. Menurut Buchari Alma, proses komunikasi memungkinkan suatu perusahaan mampu menghadirkan konsumen baru atau bahkan kehilangan konsumen. Semua tergantung bagaimana suatu perusahaan menghadirkan komunikasi yang intens kepada calon-calon konsumen yang dihadirkan melalui promosi-promosi yang nantinya gencar

dilakukan oleh perusahaan-perusahaan.¹⁰³

Komunikasi kemudian menjadi penting dalam promosi mengingat konsumen dimasa sekarang cenderung lebih sulit menentukan pilihan yang juga menjadi imbas dari banyaknya produk-produk serupa yang dikeluarkan perusahaan-perusahaan. Promosi-promosi yang dilakukan suatu perusahaan akan berujung pula dengan proses jual-beli. Namun penjualan dan promosi memiliki perbedaan, dimana promosi adalah proses memberi informasi yang kemudian akan ditindaklanjuti dalam proses pertukaran barang. Sebenarnya istilah penjualan itu hanya meliputi kegiatan pemindahan barang/jasa atau penggunaan penjual saja, dan tidak terdapat kegiatan periklanan atau kegiatan yang lain ditujukan untuk mendorong permintaan.

3. Menentukan Standar Mutu

Perum Pantura Regency Kaliwungu menetapkan standar-standar mutu dari semua komponen yang bekerja dalam proses transformasi perusahaan, standar tersebut antara lain: kualitas bangunan, lokasi yang strategis, harga yang kompetitif, dan pelayanan yang maksimal sehingga terjadi peningkatan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.

Pelanggan dan kepentingannya harus mendapat perhatian utama. Upaya pengendalian dan jaminan mutu dari

¹⁰³ Buchari Alma, *Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Edisi 5, Jakarta:

produk dipadukan dalam proses produksi dengan menempatkan tanggung jawab atas mutu kepada para pelaksana tugas di Perum Pantura Regency Kaliwungu dengan mengedepankan standar mutu yang terkait dengan penjualan perumahan. Menurut Soekartawi, sistem manajemen mutu dirancang untuk memenuhi mutu terpadu. Standar sistem mutu menentukan ukuran pengawasan yang diperlukan untuk memastikan bahwa produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Mutu menjadi hal yang sangat sentral dalam manajemen mutu terpadu. Guna menjamin dan mengendalikan mutu tersebut, manajemen mutu terpadu bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa setiap kegiatan memberikan kontribusi guna mencapai tujuan utama dan dilaksanakan dengan penuh efisien. Falsafah dasar mutu terpadu adalah mengerjakan pekerjaan yang benar dengan tepat sejak pertama kali.¹⁰⁴

Sementara itu menerapkan prinsip-prinsip TQM dalam proses mempertahankan dan meningkatkan standar mutu Perum Pantura Regency Kaliwungu, pihak perusahaan memiliki kewajiban untuk membuat pelanggan tertarik dan puas terhadap apa yang telah di beli. Perum Pantura Regency Kaliwungu harus memahami bahwa beberapa pelanggan sangat variatif sehingga Perum Pantura Regency Kaliwungu

Erlangga, 1993, h. 178.

¹⁰⁴ Soekartawi., *Manajemen Pemasaran dalam Bisnis Modern*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1993, h. 57.

harus mencoba untuk cukup fleksibel dalam memberikan pemahaman tentang standar mutu Perum Pantura Regency Kaliwungu.

Sedangkan kaitannya dengan penentuan standar mutu ini, maka pihak Perum Pantura Regency Kaliwungu telah menentukan standar mutu (*quality assurance*). Konsep ini digunakan untuk menetapkan standar-standar mutu dari semua komponen yang bekerja dalam proses pengembangan perumahan melalui peningkatan kualitas bangunan, lokasi yang strategis, harga yang kompetitif, dan pelayanan yang maksimal sehingga hal tersebut menjadi satu alasan pelanggan tertarik membeli rumah di Perum Pantura Regency Kaliwungu.

Leonard L Berry dan Parasuraman dalam *Marketing Services Comparing Through Quality* yang dikutip oleh Kotler, mengungkapkan ada 4 faktor dominan atau penentu strategi pemasaran yaitu:¹⁰⁵

- a. Kehandalan (*reliabilitas*) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan terpercaya dan akurat, konsisten dan kesesuaian pelayanan.
- b. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan

¹⁰⁵ Philip Kotler, A. B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, 2000, h. 440.

memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/complaint yang diajukan konsumen

- c. Kepastian (*assurance*) yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang dikemukakan kepada konsumen
- d. Empati (*empathy*) yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberi perhatian secara pribadi kepada langganan.

Misalnya karyawan atau pengusaha harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi untuk mencapai persetujuan yang harmonis dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus.

Dari empat dimensi tersebut diatas dapat dimengerti antara lain sebagai berikut:

a. Kehandalan

Kehandalan merupakan perihal sesuatu yang bersifat atau andal atau bisa disebut ketelitian dan ketepatan teknik pengukuran.¹⁰⁶ Kehandalan yaitu melibatkan faktor konsistensi dari kinerja dan kemampuan untuk dapat dipercaya, yang berarti perusahaan harus mampu memberikan pelayanan tepat waktu dan mewujudkan janjinya kepada pelanggan dengan akurat dan memuaskan.

¹⁰⁶ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka,

Dari kedua pernyataan tersebut diatas dapat dimengerti bahwa kehandalan mencerminkan bagaimana Perum Pantura Regency Kaliwungu mempunyai tanggung jawab, kedisiplinan dan ketepatan waktu dalam bekerja.

b. Daya Tanggap

Daya merupakan kesanggupan atau kemampuan untuk berbuat sesuatu.¹⁰⁷ Sedangkan tanggap ialah peka perasaan sehingga segera mengetahui keadaan dan memperhatikan dengan sungguh-sungguh, cepat dapat mengetahui dan menyadari gejala yang timbul.¹⁰⁸ Jadi daya tanggap dalam pembahasan ini ialah keinginan untuk membantu para pengguna Perum Pantura Regency Kaliwungu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap tanpa harus menunggu waktu.

c. Jaminan (*assuranne*)

Jaminan, merupakan kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan kepada pelanggan, antara lain meliputi komunikasi, keamanan, dan kompetensi menjadi faktor yang penting yang harus ditujukan kepada konsumen. Perlunya diketahui, jika konsumen merasa tidak mendapatkan jaminan dari Perum Pantura Regency Kaliwungu tersebut tentu akan kecewa atas pengorbanannya yang telah banyak mereka keluarkan.

2008, h. 943.

¹⁰⁷ *Ibid.* h. 249.

¹⁰⁸ *Ibid.* h. 793.

d. Empati

Empati merupakan kondisi mental yang membuat seseorang merasa dirinya dalam perasaan yang sama dengan orang lain.¹⁰⁹ Kepedulian memberikan perhatian yang tulus secara individual oleh Perum Pantura Regency Kaliwungu kepada pelanggan menjadi faktor-faktor yang diukur dalam empati. Oleh karena itu pimpinan staf dan karyawan Perum Pantura Regency Kaliwungu diharapkan mampu memahami kebutuhan pelanggan dengan baik agar mereka merasa diperhatikan. Dengan demikian dapat dimengerti semakin tinggi empati pimpinan, staf dan karyawan Perum Pantura Regency Kaliwungu kepada konsumen tentunya akan lebih mengerti apa saja yang dibutuhkannya.

Standar mutu yang dikembangkan Perum Pantura Regency Kaliwungu sudah sesuai dengan faktor dominan di atas dengan mengedepankan kualitas Bangunan, Lokasi yang strategis, harga yang kompetitif, dan pelayanan yang maksimal sehingga terjadi peningkatan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.

4. Perubahan Kultur

Komunikasi dalam program peningkatan mutu Perum Pantura Regency Kaliwungu mempunyai peran yang penting untuk menyampaikan komitmen terhadap program dan

¹⁰⁹ *Ibid.* h.185.

kebijakan peningkatan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu. Pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu memberikan keleluasaan berpikir dan berkarya kepada staf dan karyawan. Untuk mencapai keterlibatan total seluruh komponen Perum Pantura Regency Kaliwungu, baik pimpinan, staf maupun karyawan, staf dapat memberikan saran konstruktif kepada pimpinan agar semangat kerja tetap terjaga. Posisi karyawan bukan bawahan melainkan mitra kerja sehingga seluruh karyawan bekerja saling bahu-membahu untuk mencapai kualitas yang diinginkan dan karyawan pun dapat bekerja secara proporsional sesuai bidangnya.

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku. Budaya adalah susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi penting lainnya. Setiap perilaku konsumen dikendalikan oleh berbagai sistem nilai dan norma budaya yang berlaku pada suatu daerah, untuk itu Perum Pantura Regency Kaliwungu harus mengetahui produknya itu dipasarkan pada suatu daerah yang berkebudayaan bagaimana.

Menurut J. Dubrin, seperti dikutip oleh Nawawi¹¹⁰ kultur organisasi adalah suatu sistem dalam mempersatukan nilai-nilai dan keyakinan, sebagai pedoman berperilaku bagi

semua anggota organisasi. Secara operasional, seluruh komponen Perum Pantura Regency Kaliwungu bergerak dipengaruhi kulturnya. Kulturnyalah yang mempengaruhi persepsi, pandangan, dan cara kerja orang yang ada di dalam organisasi tersebut. Kegairahan, disiplin, rasa suka, dan moral-moral negatif karyawan dipengaruhi oleh kultur yang ada di organisasi itu. Dengan demikian, kultur organisasi merupakan suatu kekuatan yang tidak terlihat tetapi dapat mempengaruhi pikiran, perasaan, dan tindakan orang-orang yang bekerja dalam suatu perusahaan.¹¹¹

Perusahaan Perum Pantura Regency Kaliwungu yang kulturnya dikelola dengan baik akan menciptakan suasana yang kondusif. Suasana inilah yang menurut Tagiuri, sebagaimana dikutip Owens¹¹² adalah “*as the characteristics of the total environments in school building*,” yang meliputi ekologi (faktor fisik dan material), milieu (dimensi sosial dalam organisasi), dan sistem sosial (struktur administratif organisasi). Organisasi Perum Pantura Regency Kaliwungu akan efektif apabila budaya organisasi dapat terinternalisir dalam anggota komunitas organisasi, memengaruhi perilaku mereka dan menumbuhkan suasana (iklim) kerja yang

¹¹⁰ Nawawi, Hadari, *Kepemimpinan Mengefektifkan Organisasi*, Jakarta, Gajah Mada University Press, 2003, h. 228.

¹¹¹ Komariah, Aan dan Cepi Priatna, *Visionary Leadership. Menuju organisasi Efektif*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005, h. 82.

¹¹² Owens, R.G., *Organizational Behavior* Boston: Allyn and Bacon, 1991, h. 78.

menyenangkan.

Pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu sebagai faktor penting dalam perubahan kultur dalam budaya kepemimpinannya mampu memberikan ruang dan mengundang anggota kelompok untuk mampu menggunakan kritiknya secara konstruktif mereka diberikan kebebasan untuk mengeluarkan pendapat atau keberatan mereka dengan bebas, serta harus dapat memberikan jawaban atas setiap masalah yang ada. Agar sukses dalam memimpin, seorang pemimpin hendaknya dapat menciptakan suasana kebebasan berfikir dan pertukaran gagasan yang sehat dan bebas, saling kritik dan menasehati satu sama lain, sehingga para karyawannya merasa senang mendiskusikan masalah atau persoalan yang menjadi kepentingan bersama.¹¹³

5. Perubahan Organisasi

Perum Pantura Regency Kaliwungu dalam mengelola organisasinya juga mengikuti perkembangan perubahan kebutuhan organisasi, dimana setiap pimpinan dan staf dapat berubah wewenangannya sesuai kondisi. Pimpinan proyek dalam satu hal dapat menjadi mengambil keputusan utama dalam urusan desain dan pimpinan utama tidak bisa menganulir karena pimpinan proyek lebih banyak tahu tentang perkembangan desain dan kualitas bangunan, sehingga pimpinan utama terkadang berada di bawah pimpinan proyek

dalam melaksanakan instruksi perbaikan dalam rangka meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.

Perubahan dan pembentukan kultur berkaitan erat dengan manajemen dan kepemimpinan. Dengan memahami konsep tentang budaya organisasi dan cara pembentukannya. Menurut Ralp G. Lewis dan Dougls H. Smith (1996) sebagaimana ditengarai Syafaruddin,¹¹⁴ menyatakan bahwa mutu terpadu (*Total quality*) tercakup tiga pengertian, yaitu; mencakup semua proses (*every process*), mencakup setiap pekerjaan (*every job*), dan setiap orang (*every person*). Terpadu dalam setiap proses berarti tidak sekedar produksi. Proses juga tercakup dalam keterpaduan, dimulai dari rancangan, konstruksi, penelitian dan pengembangan, keuangan, pemasaran, perbaikan, dan fungsi lain harus terlibat di dalamnya. Demikian pula makna terpadu dalam setiap bidang pekerjaan mencakup pembuatan produk. Jadi, sekretaris diharapkan tidak membuat kesalahan dalam pengetikan, akuntan tidak salah dalam perhitungan biaya, pimpinan tidak salah dalam membuat strategi. Sedangkan terpadu terhadap setiap orang berarti mengakui bahwa setiap orang bertanggungjawab terhadap mutu kerjanya dan

¹¹³ Mudzakkir Ali, Pendidikan Berbasis Masyarakat Menuju Civil Society, *Jurnal Pendidikan ekonomi Islam*, Volume 3 No 2 November 2005.

¹¹⁴ Syafaruddin, *Manajemen Mutu Terpadu dalam Pendidikan: Konsep, Strategi dan aplikasi*, Jakarta: PT. Grasindo, 2002, h. 29.

pekerjaan kelompoknya sehingga ketika peralihan wewenang menjadi penting dilakukan perusahaan dalam meningkatkan penjurannya.

Pada dasarnya kepemimpinan mengacu pada suatu proses untuk menggerakkan sekelompok orang menuju ke suatu tujuan yang telah ditetapkan atau disepakati bersama dengan mendorong atau memotivasi mereka untuk bertindak dengan cara yang tidak memaksa. Dengan kemampuannya seseorang pemimpin yang baik mampu menggerakkan orang-orang menuju tujuan jangka panjang dan betul-betul merupakan upaya memenuhi kepentingan mereka yang terbaik. Dengan demikian kepemimpinan dapat dikatakan sebagai peranan dan juga suatu proses untuk mempengaruhi orang lain. Pemimpin adalah anggota dari sesuatu perkumpulan yang diharapkan dapat menggunakan pengaruhnya untuk mewujudkan dan mencapai tujuan kelompok sehingga dapat dikatakan bahwa seseorang pemimpin yang jujur ialah seorang yang memimpin dan bukan seorang yang menggunakan kedudukan untuk memimpin namun meletakkan masalah sesuai dengan posisinya.¹¹⁵

6. Mempertahankan Hubungan dengan Pelanggan

Perum Pantura Regency Kaliwungu menghendaki kepuasan pelanggan dengan mempertahankan hubungan

dengan pelanggan, melalui pelayan yang maksimal kepada pelanggan atau konsumen dapat dilakukan dengan memberikan kualitas dari Perum Pantura Regency Kaliwungu yang dapat dipertanggung jawabkan dan mempunyai daya saing dengan sistem pelayanan karyawan yang ramah dan tempat yang nyaman. Selain itu pelayanan tepat waktu seperti yang disepakati dengan pelanggan. Ketepatan waktu penyelesaian pengerjaan rumah dan pembiayaan FLPP menjadi hal yang diperhatikan Perum Pantura Regency Kaliwungu.

Tujuan utama dari sebuah perusahaan perumahan adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Mutu harus sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Mutu adalah sesuatu yang diinginkan pelanggan dan bukan apa yang terbaik bagi yang bersangkutan. Hal ini disebabkan tanpa pelanggan maka perusahaan tidak akan ada dan tidak bisa menunjukkan eksistensinya.

Untuk memenuhi keperluan dan kebutuhan pelanggan Perum Pantura Regency Kaliwungu menentukan strategi perencanaan dengan bersandar pada prinsip-prinsip TQM. Hal ini dilakkan karena Perum Pantura Regency Kaliwungu menghadapi tantangan yang cukup besar dalam hubungannya dengan para pelanggan eksternal. Sebagian besar pelanggan

¹¹⁵ Veithzal Rivai, *Kiat Memimpin dalam Abad 21*, Jakarta: PT. Raja

pada mulanya tidak menerima informasi yang cukup tentang layanan yang ditawarkan dan hal apa yang mengindikasikan mutunya. Selain itu harapan-harapan para pelanggan sangat beraneka macam dan kadangkala bertentangan satu sama lainnya. Oleh karena itu adanya strategi yang dimiliki Perum Pantura Regency Kaliwungu tersebut semua persoalan yang berkaitan dengan pelanggan bisa diselesaikan dengan baik.

Aspek fokus pelanggan dalam ranah TQM tidak hanya melibatkan perlunya pemenuhan kebutuhan pelanggan eksternal, staf dan karyawan dalam perusahaan juga merupakan pelanggan, yang memerlukan pelayanan internal agar mereka mampu mengerjakan tugas secara efektif. Setiap orang yang bekerja dalam Perum Pantura Regency Kaliwungu adalah penyedia jasa sekaligus pelanggan. Oleh karena itu hubungan antar pelanggan internal sangatlah penting agar sebuah perusahaan berjalan secara efektif dan efisien.

B. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi TQM dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu

Faktor yang mendukung implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu terkait dengan adanya kerja sama dari jajaran organisasi secara terpadu, adanya kesiapan pihak perusahaan dalam merespon setiap perubahan dan keinginan pelanggan,

pimpinan yang demokratis, kinerja staf dan karyawan yang dihargai baik dengan sikap dan finansial dan setiap staf dan karyawan melayani pelanggan dengan baik. Faktor tersebut perlu lebih ditekankan pada satu pola peningkatan mutu yang berangkat dari kerja sama team yang solid, pelayanan yang ramah dan maksimal serta mutu produk yang berkualitas.

Faktor yang menghambat implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu terkait adanya sebagian komponen yang terlalu cepat puas dengan hasil yang dicapai, rendahnya disiplin kerja yang menghambat produktivitas perusahaan, pengaruh sumber daya manusia yaitu kurangnya karyawan untuk melakukan proses produksi dan keterbatasan sumber daya (dana, keahlian, teknologi), perubahan kondisi ekonomi dan politik. Perusahaan harus menyusun rencana pemasaran yang fleksibel terhadap perubahan yang terjadi yang diwujudkan dengan penyusunan rencana pemasaran dalam jangka pendek.

Kendala atau hambatan yang dihadapi oleh perusahaan merupakan masalah yang harus dipecahkan dan dicari penyelesaiannya, agar usaha terus berjalan perusahaan bisa bertahan dan konsumen juga terus memanfaatkan produk Perum Pantura Regency Kaliwungu .

1. Upaya mengatasi disiplin kerja dalam meningkatkan produktivitas. Masalah disiplin kerja merupakan masalah utama dalam perusahaan jasa kontraktor ini. Hal ini

didasarkan pada sistem pengerjaannya yang dituntut target waktu. Perusahaan mengatasi masalah tersebut dengan memanfaatkan mandor dan kepala tukang untuk mengkondisikan para tenaga kerja dalam mengawasi, mengarahkan dan memenuhi kebutuhan barang produksi yang akan dipakai. Dalam memotivasi tenaga untuk lebih disiplin perusahaan memberikan insentif berupa bonus diakhir penyelesaian proyek.

2. Upaya mengatasi sumber daya manusia. Yaitu kurangnya karyawan untuk melakukan proses produksi Perusahaan dalam mengatasi kurangnya karyawan dengan melakukan perekrutan tenaga guna memenuhi kekurangan karyawan dalam proses produksi baik sebagai pelaksana lapangan, administrasi maupun para pekerja.
3. Upaya mengatasi keterbatasan sumber daya (dana, tenaga kerja, keahlian, teknologi) menjadi kendala untuk melayani semua segmen pasar yang telah diidentifikasi sebelumnya Dalam mengatasi keterbatasan sumber daya perusahaan melakukan pencairan uang muka 25% dari nilai proyek. Untuk mengatasi keterbatasan tenaga ahli perusahaan melakukan pengiriman karyawan ke Balai Pengembangan Pendidikan Kejuruan serta melengkapi peralatan kantor dengan pemasangan jaringan internet.
4. Upaya mengatasi perubahan kondisi ekonomi dan politik Mengikuti perkembangan kondisi ekonomi dan suhu politik

dalam proses pembangunan dan melakukan pendekatan ke berbagai pihak demi kelancaran proses produksi, karena hal ini berkaitan dengan perumahan yang ditawarkan kepada konsumen.

C. Analisis perspektif ekonomi Islam terhadap Implementasi TQM dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu

Ekonomi merupakan kajian tentang perilaku manusia dalam hubungannya dengan pemanfaatan sumber-sumber produktif yang langka untuk memproduksi barang-barang dan jasa-jasa serta mendistribusikannya untuk dikonsumsi dengan demikian bidang garapan ekonomi adalah salah satu sektor dalam perilaku manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi dan konsumsi.¹¹⁶ Implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu dalam perspektif ekonomi Islam berarti menggambarkan pola implementasi TQM yang dilakukan oleh Perum Pantura Regency Kaliwungu dari sudut pandang ajaran ekonomi Islam.

Beberapa pola TQM yang dikembangkan Perum Pantura Regency Kaliwungu adalah kepemimpinan, perbaikan secara terus menerus, menentukan standar mutu, perubahan kultur, perubahan organisasi dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan.

¹¹⁶ Monzer Kahf, *the Islamic Economy : Analytical of the Functioning of the Islamic Economic System: Ekonomi Islam Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995, h. 2.

Dalam Islam kepemimpinan identik dengan istilah *khalifah* yang berarti wakil. Selain kata *khalifah* disebutkan juga *ulil amri*. Kata *ulil amri* berarti kepemimpinan tertinggi dalam masyarakat Islam, sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An-Nisaa' ayat 59:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ
﴿النساء: ٥٩﴾

*"Hai orang-orang yang beriman taatilah Allah SWT dan taatilah Rasul-Nya dan ulil amri di antara kamu..."(QS. An-Nisaa' : 59)*¹¹⁷

Berdasarkan ayat al-Quran tersebut dapat disimpulkan bahwa, kepemimpinan Islam itu adalah kegiatan menuntun, membimbing, memandu dan menunjukkan jalan yang diridhai Allah SWT.¹¹⁸

Para ulama bersepakat bahwa inti efektivitas proses kepemimpinan terletak pada wibawa (pengaruh) interaktif antara pemimpin dan pengikutnya. Kepemimpinan yang sukses adalah yang mampu mempengaruhi perilaku individu-individu, untuk menunaikan tugasnya dalam rangka memberikan arahan dan petunjuk, mewujudkan target jama'ah (organisasi, lembaga perbankan syari'ah).¹¹⁹

¹¹⁷ Tim Penyusun Al-Qur'an dan Terjemah, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Jakarta: Departemen Agama RI, 2003, h. 128.

¹¹⁸ Veithzal Rivai, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003, h. 7.

¹¹⁹ Jamal Madhi, *Menjadi Pemimpin yang Efektif dan Berpengaruh Tinjauan Manajemen Kepemimpinan Islam*, Bandung: PT. Syamil Cipta Media, 2001, h. 2.

Dari kesepakatan para ulama ini, dalam manajemen Islam muncul konsep kepemimpinan efektif, yakni kepemimpinan yang sang pemimpin menerjemahkan fungsinya dengan perilaku. Efektivitasnya bukan karena seruan yang membuat telinga tuli, atau teriakan yang memekakkan dan menggema dimana-mana, tetapi terletak pada perilaku yang memperkaya pembicaraan, menerjemahkan tugas kepemimpinan dalam suasana penuh kehati-hatian dan ketenangan. Selanjutnya, pekerjaanpun semakin maju dan produktivitas pun meningkat, sehingga target tercapai.¹²⁰ Dari pembahasan tersebut dapat dirumuskan bahwa kepemimpinan efektif bukan sekedar pusat kedudukan, otoritas, penguasaan, legitimasi, dominasi atau kekuatan tetapi merupakan interaksi aktif yang efektif.

Seorang pemimpin ditentukan untuk bisa menjadi uswah, yang menjadi figur panutan. Ini memberikan perspektif bahwa terdapat kepemimpinan menurut islam. Sebagaimana dikemukakan oleh Vietzal Rivai, Kepemimpinan menurut islam harus mempunyai prinsip: musyawarah, adil dan kebebasan berfikir.¹²¹

1. Musyawarah

Mengutamakan musyawarah sebagai prinsip yang harus diutamakan dalam kepemimpinan Islam. Al-Qur'an dengan jelas menyatakan bahwa seorang yang menyebut

¹²⁰ *Ibid.* h. 3.

¹²¹ Veithzal Rivai, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003, h. 74.

dirinya sebagai pemimpin wajib melakukan musyawarah dengan orang yang berpengetahuan atau orang yang berpandangan baik.

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ.

“Dan (bagi) orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhannya dan mendirikan shalat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah antara mereka dan mereka menafkahkan sebagian rezeki yang kami berikan kepada mereka (Assyura: 38).¹²²

Melalui musyawarah memungkinkan karyawan akan turut serta berpartisipasi dalam proses pembuatan keputusan, dan sementara itu pada saat yang sama musyawarah dapat berfungsi sebagai tempat untuk mengawasi tingkah laku para pemimpin jika menyimpang dari tujuan semula.¹²³ Jadi selain sebagai kontrol sosial, musyawarah juga tempat sharing ide serta tukar pendapat yang sangat bermanfaat bagi perusahaan.

2. Adil

Pemimpin sepatutnya mampu memperlakukan semua orang secara adil, tidak berat sebelah dan tidak memihak, lepas dari suku bangsa, warna kulit, keturunan, golongan strata di masyarakat ataupun agama. Al-Qur'an memerintahkan setiap muslim dapat berlaku adil bahkan

¹²² Tim Penyusun Al-Qur'an dan Terjemah, Jakarta: Departemen Agama RI, 2003, *Terjemah*, h 789.

¹²³ Veithzal Rivai, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003, h. 75.

sekalipun ketika berhadapan dengan para penentang mereka.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا.

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil, sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”. (An Nisa: 58).¹²⁴

Keadilan sebagai pilar utama dalam penetapan hukum, adalah keadaan penting untuk pengambilan kebijakan serta sistem kerja yang dilakukan pemimpin. Seorang pemimpin diharuskan untuk tidak membeda-bedakan bawahannya.

Kemampuan seorang pemimpin untuk mengatur secara adil berdasarkan pada kemaslahatan bersama, bukan pada keinginan-keinginan dan standar pribadi akan menumbuhkan suasana kehidupan yang adil dan mengajak orang lain untuk menjaga kepentingan umum.

3. Kebebasan Berfikir

Pemimpin yang baik adalah mereka yang mampu memberikan ruang dan mengundang anggota kelompok untuk mampu menggunakan kritiknya secara konstruktif mereka

¹²⁴ Tim Penyusun Al-Qur'an dan Terjemah, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Jakarta: Departemen Agama RI, 2003, h. 128.

diberikan kebebasan untuk mengeluarkan pendapat atau keberatan mereka dengan bebas, serta harus dapat memberikan jawaban atas setiap masalah yang ada. Agar sukses dalam memimpin, seorang pemimpin hendaknya dapat menciptakan suasana kebebasan berfikir dan pertukaran gagasan yang sehat dan bebas, saling kritik dan menasehati satu sama lain, sehingga para pengikutnya merasa senang mendiskusikan masalah atau persoalan yang menjadi kepentingan bersama.

Ketiga prinsip dilakukan oleh pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu dalam mengimplementasikan TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu dengan saling bersinergi dengan staf dan karyawan dibawahnya. Apabila salah satunya tidak dilaksanakan akan menjadi kurang optimal kepemimpinan itu. Oleh karena itu diperlukan kerjasama (*team work*) diantara berbagai pihak yang terkait yang solid untuk mewujudkannya.

Pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu dalam mengimplementasikan TQM juga melakukan pendelegasian wewenang, pedoman dan instruksi kerja yang jelas, apa tugasnya, apa kekuasaannya, kepada siapa ia bertanggung jawab, hendaknya dibakukan dan dibukukan, supaya pekerjaan dapat dilaksanakan sesuai dengan maksud sepanjang waktu. Dengan demikian memungkinkan karyawan dapat menjalankan tugas pokok dan fungsinya dengan baik, bekerja dengan penuh keyakinan dan tidak

ada keraguan dalam setiap keputusan yang diambil meskipun pimpinan sedang tidak ada di kantor.

Pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu dalam mengimplementasikan TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan telah menggerakkan atau mengarahkan para karyawannya baik secara langsung maupun tidak langsung, para karyawan diberi tugas dan tanggung jawab dalam berhubungan dengan konsumen mulai dari menawarkan produk sampai bentuk pelayanan dan harga yang diberikan kepada konsumen sehingga nantinya konsumen puas dan menjadi konsumen yang loyal terhadap perusahaan. Telah ditanamkan kepada semua karyawan kedisiplinan yang tinggi, tekun, ulet dan kejujuran. Semua itu akan membawa kepada suatu kemajuan yang lebih baik dalam pelayanan sehingga mendekatkan kepada pencapaian kepuasan pelanggan yang maksimal.

Pihak Perum Pantura Regency Kaliwungu senantiasa melakukan berbagai perbaikan dan peningkatan secara terus menerus untuk menjamin semua komponen penyelenggara perusahaan telah mencapai standar mutu yang ditetapkan. Untuk menjadi perusahaan yang besar dan *sustainable*, perusahaan harus memerhatikan servis yang ditawarkan untuk menjaga kepuasan pelanggannya. Perusahaan apa pun dan jenis industrinya harus menjadi pelayan bagi pelanggannya.¹²⁵

Dalam menjual, Nabi Muhammad SAW. tidak pernah

melebih-lebihkan produk dengan maksud untuk memikat pembeli. Nabi dengan tegas menyatakan bahwa seorang penjual harus menjauhkan diri dari sumpah-sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang. Nabi pun tidak pernah melakukan sumpah untuk melariskan dagangannya. Kalau pun ada yang bersumpah, Nabi menyarankan orang itu untuk tidak melakukan sumpah tersebut secara berlebihan. Rasulullah SAW. bersabda :

حَدَّثَنَا ابْنُ أَبِي عَدِيٍّ عَنْ شُعْبَةَ عَنْ الْعَلَاءِ وَابْنِ جَعْفَرٍ حَدَّثَنَا شُعْبَةُ قَالَ سَمِعْتُ الْعَلَاءَ

عَنْ أَبِيهِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْيَمِينُ الْكَاذِبَةُ مُنْفَقَةٌ

لِلسَّلْعَةِ مَحْقَةٌ لِلْكَسْبِ وَقَالَ ابْنُ جَعْفَرٍ الْبَرَكَةُ (رواه مسلم)

“Hadits Ibnu Abi Adi dari A’isyah dari Syu’bah dari ‘Ala’ dan Ibnu Ja’far. Hadis Syu’bah ia berkata saya mendengar dari “Ala’ dari ayahnya danb dari Abi Hurairah berkata, Rasulullah SAW bersabda. *Sumpah palsu (bombastis sehingga menjadikan laku barang yang di jual) mendatangkan keluasan tapi menghilangkan pekerjaan.* “ Ibnu Ja’far berkata: *Menghapus keberkahan*”. (HR Muslim)¹²⁶

Hadits di atas menjelaskan larangan adanya sumpah palsu dalam memasarkan produk, atau kebohongan yang kadang banyak dilakukan perusahaan-perusahaan sekarang dalam memasarkan produk-produknya. Sumpah yang berlebihan dalam *promotion* telah sejak dahulu dianjurkan untuk di jauhi. Karena sumpah yang

¹²⁵ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006, h. 165-187.

berlebihan, yang dilakukan hanya untuk mendapatkan penjualan yang lebih, tidak akan menumbuhkan kepercayaan (*trust*) pelanggan. Mungkin pada saat kita melakukan sumpah yang berlebihan kita mendapatkan penjualan yang di atas rata-rata. Namun, saat konsumen menyadari bahwa sumpah yang kita ucapkan hanya sebuah kebohongan maka konsumen tersebut tidak akan membeli lagi dari kita. Hal inilah yang ditekankan oleh Perum Pantura Regency Kaliwungu dalam mempromosikan produknya dengan memberikan kepuasan pada konsumen yang telah membeli, sehingga kepuasan dari konsumen tersebut akan menjadi media promosi yang kuat untuk menarik konsumen baru.

Pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu membentuk budaya organisasi yang menghargai mutu dan menjadikan mutu sebagai orientasi semua komponen perusahaan. Perusahaan sebagai kendaraan dalam menunaikan visi dan misi yang telah ditetapkan harus memiliki struktur yang baik dan target yang jelas dari sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah, perusahaan tersebut harus punya sistem umpan balik yang baik dan bersifat transparan. Sistem umpan balik ini untuk memeriksa apakah ketiga *stakeholders* utama yaitu, pelanggan, karyawan dan pemegang saham sudah merasa terpenuhi kebutuhannya. Ketiga *stakeholders* utama harus mendapatkan informasi yang jelas dan sejujur mungkin dari perusahaan. Tidak boleh ada yang ditutup-tutupi.

¹²⁶ Alhafidz Ibnu Hajar Alasqolani, Kitab Bulughul Marom, Beirut: Darul

Dengan demikian, mereka pun akan merasa punya *sense of ownership*, bukan hanya *sense of belonging*, terhadap perusahaan.¹²⁷

Keberadaan Perum Pantura Regency Kaliwungu terkait dengan dimensi-dimensi lainnya, yaitu milieu, ekologi, struktur organisasi yang secara bersama-sama membentuk kualitas perumahan yang baik dengan kerja team work sehingga terjadi peningkatan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu

Perum Pantura Regency Kaliwungu menghendaki kepuasan pelanggan, maka perlunya mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan menjadi sangat penting. Perdagangan atau pemasaran yang akan mendatangkan kegunaan yang lebih besar bagi kedua belah pihak yang terlibat adalah perdagangan yang dilakukan berdasarkan suka sama suka. Sistem yang bagaimana yang menjamin bahwa suatu perdagangan yang terjadi senantiasa berlandaskan suka sama suka? Apakah mungkin suatu transaksi perdagangan dilakukan karena keterpaksaan, karena kebutuhan yang mendesak, atau karena tidak ada pembeli yang lain.¹²⁸ Sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ﴿٢٧٥﴾

Kitab Islamiah, 2002, h. 34.

¹²⁷ Kartajaya, Syariah... h. 187

¹²⁸ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara: 2008, h.

*Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. (QS. Al-Baqarah: 275).*¹²⁹

Nabi Muhammad SAW. Bersabda :

وَأَخْرَجَ ابْنُ حِبَّانَ وَابْنُ مَاجَهَ عَنْهُ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ
(رواه البيهقي وابن ماجه) ١٣٠

Dan dikeluarkan dari Ibnu Hibban dan Ibnu Majah bahwa Nabi SAW, sesungguhnya jual-beli harus dipastikan harus saling meridai." (HR. Baihaqi dan Ibnu Majjah).

Syari'at Islam membicarakan tentang manfaat dan hikmah yang besar dalam hubungan antara sesama umat manusia. Apabila ketentuan-ketentuan yang mengatur jual beli dipatuhi baik oleh pembeli maupun penjual akan dapat menimbulkan dampak positif bagi kedua belah pihak, antara lain:

1. Masing-masing pihak merasa puas, dengan adanya kesepakatan dan kepuasan diantara penjual dan pembeli, memiliki suatu nilai dan dikemudian hari tidak akan adanya sesuatu yang tidak diinginkan oleh kedua belah pihak.
2. Penjual dan pembeli yang berlapang dada ketika mengadakan tawar menawar akan mendapat rahmat Allah, dan dilihat dari berbagai pembahasan, ada teori dari sementara ahli jiwa mengatakan bahwa keinginan marah itu harus diperturukkan

¹²⁹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Semarang: CV.Toha Putra, 2008, h. 69.

¹³⁰ Muhammad bin Ismail al-Kahlani as-San'ani, *Subul as-Salam*, Kairo: Syirkah Maktabah Mustofa al-Babi al-Halabi, 1950, h. 4.

sebagai penyaluran dari suatu dorongan alami yang kalau dibanding akan merusak jiwa.

3. Dengan adanya jual beli akan menjauhkan orang dari memakan dan memiliki harta dengan cara bathil (tidak benar).
4. Manfaat jual beli untuk nafkah keluarga.¹³¹

Dalam berdagang, Rasulullah saw tidak hanya berfokus di kota mekkah saja, melainkan beliau telah melakukan perdagangan internasional dengan membawa barang dengannya ke Palestina, Syria, Libanon, dan Yordania. Beliau melakukan kegiatan pemasaran yang unik melalui reputasinya sebagai pedagang yang jujur dan senantiasa berkata benar, sifat yang telah tertanam dengan kuat sejak muda. Segala permasalahan dengan pelanggan selalu dapat diselesaikan dengan damai dan adil tanpa ada kekhawatiran akan terjadi unsur-unsur penipuan di dalamnya. Dengan citra pribadi yang sangat dapat dipercaya ini, beliau sebenarnya telah mencapai semua apa yang diinginkan seorang *marketer* dari strategi pemasarannya.¹³²

Ajakan Islam mencakup dua dimensi pokok, yakni dimensi vertikal (*hablumminallah*) dan dimensi horizontal (*hablumminannas*). Keduanya mempunyai arti ibadah, yakni ketaatan seseorang hamba kepada Allah SWT. Kualitas tertinggi dari ketaatan yang bersifat vertikal adalah takwa, sementara

¹³¹ Departemen Agama RI, *Fiqh*, Jakarta: Direktorat Jenderal Pembinaan Agama, 2000, h. 18-19.

¹³² Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, h. 6.

kualitas tertinggi dari ketaatan yang bersifat horizontal adalah berlaku adil. Kejujuran merupakan salah satu tangga untuk mencapai tingkat adil yang dimaksud. Dimensi vertikal dalam ajaran islam bersifat *mahdhah*, yakni ibadah yang telah ditentukan cara pelaksanaannya dan tidak bisa direkayasa, sementara dimensi horizontal bersifat *ghairu mahdhah*, menyeluruh dan *mujmal*, yang meliputi segala aspek kehidupan, yang masih harus dipahami dan ditafsirkan.¹³³

Implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu dalam perspektif ekonomi mengarah pada satu pola pengelolaan mutu perusahaan perumahan yang menekankan kualitas baik segi fisik maupun jasa dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen yang pada akhirnya terjadi akad yang didasari suka sama suka antara kedua belah pihak.

¹³³ *Ibid.* h. 7-8.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan bab sebelumnya, ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil:

1. Adanya perbedaan sebelum dan setelah menerapkan TQM pada Perum Pantura Regency Kaliwungu, hal ini dapat dilihat dari penjualan perumahan yang fluktuatif. Pada awal-awal tahun Perum Pantura Regency Kaliwungu belum menggunakan TQM sehingga menyebabkan berbagai permasalahan dalam bidang administrasi, pelayanan pelanggan dan penjualan perumahan. Mulailah pada tahun 2014 Perum Pantura Regency Kaliwungu menggunakan TQM sehingga ini menyebabkan perusahaan dapat bersaing dan berusaha melakukan perbaikan secara terus menerus dalam bidang administrasi, kepuasan pelayanan pelanggan dan penjualan perumahan.

Implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu dilakukan pola kepemimpinan yang demokratis, perbaikan secara terus menerus dalam pelayanan dan produk, menentukan standar mutu yang berkualitas baik dalam pelayanan maupun mutu bangunan dan fasilitas perumahan, perubahan kultur yang sesuai dengan perkembangan

keinginan konsumen, perubahan organisasi yang disesuaikan dengan penguasaan staf terhadap kebutuhan perusahaan dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan dengan pelayanan yang maksimal dan kualitas produk perumahan yang bermutu .

2. Faktor yang mendukung dalam implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu terkait dengan adanya kerja sama dari jajaran organisasi secara terpadu, adanya kesiapan pihak perusahaan dalam merespon setiap perubahan dan keinginan pelanggan, pimpinan yang demokratis, kinerja staf dan karyawan yang dihargai baik dengan sikap dan finansial dan setiap staf dan karyawan melayani pelanggan dengan baik, sedangkan faktor penghambatnya terkait adanya sebagian komponen yang terlalu cepat puas dengan hasil yang dicapai, rendahnya disiplin kerja yang menghambat produktivitas perusahaan, pengaruh sumber daya manusia yaitu kurangnya karyawan untuk melakukan proses produksi dan keterbatasan sumber daya (dana, keahlian, teknologi) dan perubahan kondisi ekonomi dan politik Perusahaan harus menyusun rencana pemasaran yang fleksibel terhadap perubahan yang terjadi yang diwujudkan dengan penyusunan rencana pemasaran dalam jangka pendek.

B. Saran-Saran

Berdasarkan permasalahan yang peneliti bahas dalam skripsi ini maka peneliti hendak menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Perum Pantura Regency Kaliwungu menerapkan TQM lebih baik lagi agar kualitas perusahaan dalam mengelolakan semakin baik.
2. Perum Pantura Regency Kaliwungu perlu merumuskan dan mensosialisasikan visi, misi, tujuan dan sasaran strategi kepada para karyawan agar dapat memotivasi kerja untuk mencapai cita-cita bersama.
2. Perum Pantura Regency Kaliwungu lebih banyak memberikan reward kepada staf dan karyawan yang bepretasi sehingga TQM dapat berjalan lebih baik.
3. Pengawasan dan evaluasi yang dilakukan pimpinan akan lebih baik dan efektif jika dilakukan setiap hari ketika pagi tidak hanya dua kali dalam seminggu, karena hal tersebut akan meminimalisir kekurangan dan hambatan.
4. Berkaitan dengan kegiatan promosi disarankan bagi Perum Pantura Regency Kaliwungu hendaknya lebih ditingkatkan dengan menggunakan promosi alternatif, misalnya dengan menggunakan brosur eksklusif, selain memberi informasi kepada pelanggan potensial juga bisa menambah nilai (citra) perumahan.

5. Pimpinan Perum Pantura Regency Kaliwungu diharapkan harus bisa melaksanakan prinsip-prinsip pengembangan keunggulan *partisipatoris* dalam rangka meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.
6. Pimpinan meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu perlu memperhatikan kondisi yang selama ini telah berjalan dengan baik, misalnya hubungan baik yang telah terbina dengan para pelanggan, dan keterbukaan perusahaan untuk menerima masukan dari berbagai pihak terutama dengan pelayanan kepada konsumen yang dianggap belum bisa memuaskan.

C. Penutup

Demikian penyusunan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa skripsi yang berada di tangan pembaca ini masih jauh dari kesempurnaan. Sehingga perlu adanya perbaikan dan pembenahan. Oleh karena itu, peneliti dengan kerendahan hati mengharap saran konstruktif demi melengkapi berbagai kekurangan yang ada. Terakhir kalinya, peneliti memohon kepada Allah SWT. agar karya sederhana ini dapat bermanfaat, khususnya bagi pribadi peneliti umumnya untuk semua pemerhati ekonomi Islam. *Wa Allahu A'lam.*

DAFTAR PUSTAKA

- Alasqolani, Alhafidz Ibnu Hajar, *Kitab Bulughul Marom*, Beirut: Darul Kitab Islamiah, 2002
- Ali, Mudzakkir, Pendidikan Berbasis Masyarakat Menuju Civil Society, *Jurnal Pendidikan ekonomi Islam*, Volume 3 No 2 November 2005
- Alma, Buchari, *Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Edisi 5, Jakarta: Erlangga, 1993
- Alwi, Hasan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2008
- Alwiyah, “Peningkatan Etika Kerja Islam Terhadap Komitmen Organisasi dan Kepuasan Kerja (Studi Kasus Pada Staf Auditor Kantor Akuntan Publik Kota Semarang)”, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 7 (1), 131-156, 2016
- Anies, Arif Nadjih ed., *Proyek Islam dalam Menghadapi Tantangan Zaman*, Jakarta: Latanbora Press, 2003
- Arcaro, Jerome S., *Quality in Education: An Implementation Handbook*, (terj.) Yosol Iriantara, *Pendidikan Berbasis Mutu: Prinsip-prinsip Perumusan dan Tata Langkah Penerapan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002
- As Syatibi, *al-Mwuafaqat fi Ushuli al-Syari’ah*, Beirut: Dar al-Ma’arif, Juz 1, tth
- Ash Shiddieqy, Hasbi, *Falsafah Hukum Islam*, Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2001, h. 411-412

- As-San'ani, Muhammad bin Ismail al-Kahlani, *Subul as-Salam*, Kairo: Syirkah Maktabah Mustafa al-Babi al-Halabi, 1950
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001
- Bakry, Nadzar, *Problematisasi Pelaksanaan Fiqh Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1994
- Dahlan, Abdul Aziz, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jakarta: Intermasa, 1997
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Semarang: CV.Toha Putra, 2008
- Departemen Agama RI, *Fiqh*, Jakarta: Direktorat Jenderal Pembinaan Agama, 2000
- Gaspersz, Vincent, *Metode Analisis Untuk Peningkatan Kualitas*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Hardjosoedarmo, Soewarso, *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi Offset, 2004
- Huda, Choirul, “Etos Kerja Pengusaha Muslim (Studi Kasus Pada Pengusaha Muslim Alumni UIN Walisongo Semarang)”, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 7 (2), 79-107, 2016
- Husein, Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Ismanto, Kuat, *Manajemen Syari'ah (Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari'ah)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Jimmy, Sadli, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Salemba Empat, 2001

Jurjawi, Syeikh Ali Ahmad, *Hikmah Al-Tasyri' wa Falsafatuhu, terj. Falsafah dan Hikmah Hukum Islam*, Semarang: CV. Asy-Syifa, 1992

Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara: 2008

Kahf, Monzer, *the Islamic Economy: Analytical of the Functioning of the Islamic Economic System: Ekonomi Islam Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995

Kartajaya, Hermawan dan Sula, Muhammad Syakir, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006

Komariah, Aan dan Cepi Priatna, *Visionary Leadership. Menuju organisasi Efektif*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005

Kotler, Philip, A. B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, 2000

Madhi, Jamal, *Menjadi Pemimpin yang Efektif dan Berpengaruh Tinjauan Manajemen Kepemimpinan Islam*, Bandung: PT. Syamil Cipta Media, 2001

Maulana, Ahmad, *Kamus Ilmiah Populer*, Yogyakarta: Absolut, 2004

Moleong, Lexy. J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: P.T. Remaja Rosda Karya, 2002

Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPFE

Mukhtar, Sahrul dan Sukarno, K., *Dasar-dasar Manajemen Marketing Modern*, Jakarta: Penerbit Miswar, 2008

Nawawi, Hadari, *Kepemimpinan Mengefektifkan Organisasi*, Jakarta, Gajah Mada University Press, 2003

- Owens, R.G., *Organizational Behavior* Boston:Allym and Bacon, 1991
- Purnama, *Strategic Marketing Plan*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002
- Rivai, Veithzal, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003
- , *Kiat Memimpin dalam Abad 21*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004
- Sabiq, Sayyid, *Fiqih Sunnah*. Jilid IV terj, Alih Bahasa Nor Hasanuddin, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006
- Sallis, Edward, *Total Quality Management in Education*, terj. Ahmad Ali Riyadi, dkk., Yogyakarta: IRCiSoD, 2006
- Schoderbek, Peter. P., *Management*, San Diego: Harcourt Broce Javano Vich, t.th
- Siagian, Sondang P., *Filsafat Administarsi*, Jakarta: Haji Masagung, t.th
- SKB Menteri Dalam Negeri, Menteri PU, Menteri Perumahan Rakyat tahun 1992
- Soekanto, Soerjono, *Sosiologi: Suatu Pengantar*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, Cet. ke-37, 2004
- Soekartawi., *Manajemen Pemasaran dalam Bisnis Modern*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1993
- Soenarjo, dkk., *Al-Qur'an Al-karim dan Terjemah Bahasa Indonesia*, Jakarta: Depag. RI., 2006
- Sugandha, Daan, *Kepemimpinan di dalam Administrasi*, Bandung, CV Sinar Baru, 1981

Sutoyo, Siswanto, *Menentukan Strategi Harga*, Jakarta: Damar Mulia, 2003

Suwaidan dan Basyarahil. *Melahirkan Pemimpin Masa Depan*. Jakarta : Gema Insani, 2005

Swastha, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2003

Syafaruddin, *Manajemen Mutu Terpadu dalam Pendidikan: Konsep, Strategi dan aplikasi*, Jakarta: PT. Grasindo, 2002

Tim Penyusun Al-Qur'an dan Terjemah, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Jakarta: Departemen Agama RI, 2003

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana, *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi, 2003

Tunggal, Amin Widjaja, *Manajemen Mutu Terpadu; Suatu Pengantar*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1993

Winardi, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Sinar Baru, 2000

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 14 Tahun 2016

Undang-Undang No. 4 Tahun 1992

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara

MANAJER PROPERTI

1. Apa yang menjadi alasan anda melakukan bisnis penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
2. Apa daya tarik dari perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
3. Bagaimana dengan mutu dalam penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
4. Apa yang menjadi kelebihan dari perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.?
5. Bagaimana anda mengelola sumber daya yang ada dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.?
6. Bagaimana perencanaan TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
7. Bagaimana pengorganisasian TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?.
8. Bagaimana pelaksanaan TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?.
9. Bagaimana pengawasan atau evaluasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?

10. Bagaimana cara anda mengurangi peluang membuat kesalahan dalam menghasilkan produk Perum Pantura Regency Kaliwungu yang bermutu?
11. Bagaimana upaya anda dalam memuaskan konsumen perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
12. Bagaimana upaya yang anda lakukan untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atas produk Perum Pantura Regency Kaliwungu?
13. Bagaimana anda menjamin mutu dari Perum Pantura Regency Kaliwungu?
14. Strategi apa saja yang anda lakukan dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
15. Perbaikan apa saja yang anda lakukan dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
16. Bagaimana anda mengelola kepemimpinan dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
17. Bagaimana anda menentukan standar mutu dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
18. Bagaimana anda mengatasi perubahan kultur dalam penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?

19. Bagaimana anda mempertahankan hubungan dengan pelanggan dalam penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
20. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?

KARYAWAN PROPERTI

1. Apa daya tarik dari perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
2. Bagaimana dengan mutu dalam penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
3. Perbaikan apa saja yang anda lakukan dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
4. Apa yang menjadi kelebihan dari perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu.?
5. Bagaimana perencanaan TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
6. Bagaimana pengorganisasian TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
7. Bagaimana upaya dalam memuaskan konsumen perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?

8. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat implementasi TQM dalam meningkatkan penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
9. Bagaimana mempertahankan hubungan dengan pelanggan dalam penjualan perumahan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
10. Bagaimana sikap pemimpin terhadap karyawan pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
11. Bagaimana cara memimpin dalam merangkul semua elemen pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?
12. Bagaimana keadaan organisasi pada Perum Pantura Regency Kaliwungu?

2. Dokumentasi Foto





PT . CAHAYA TIGA BERLIAN KALIWUNGU

Kantor : Jl. Raya Sekopek No.2 -Sarirejo – Kaliwungu Kendal

Hp 087700624422, 085292254676

Kepada Yth :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Di tempat

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agus Ismail

Jabatan : Pimpinan Direktur PT. Cahaya Tiga Berlian
Perum Pantura Regency Kaliwungu

Menerangkan bahwa,

Nama : Nurul Iman

NIM : 132411175

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

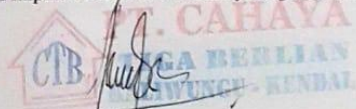
Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada perusahaan kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul “Implementasi *Total Quality Management* dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Perum Pantura Regency Kaliwungu)”.

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Kaliwungu, 6 April 2018

Hormat Kami,

Pimpinan Direktur PT. Cahaya Tiga Berlian



Agus Ismail

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nurul Iman
Tempat/Tanggal Lahir : Kendal, 30 Januari 1995
Alamat Asal : Kp. Kauman Lor 2/2, Desa Sarirejo,
Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten
Kendal
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia

Jenjang Pendidikan

1. MI Sarirejo, lulus tahun 2007
2. SMP N. 1 Kaliwungu, lulus tahun 2010
3. MAN Kendal, lulus tahun 2013
4. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Program S1 Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2013.

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 13 Juli 2018

Hormat Saya



Nurul Iman

NIM: 132411175